



Universidad Nacional Mayor de San Marcos
Universidad del Perú. Decana de América
Facultad de Ingeniería Industrial
Escuela Académico Profesional de Ingeniería Industrial

**Medición de la satisfacción de los alumnos en los
servicios de la E.A.P. Ingeniería Industrial Facultad de
Ingeniería Industrial – UNMSM-2014-II**

TESIS

Para optar el Título Profesional de Ingeniero Industrial

AUTOR

Henry Jhon Kevin PALOMINO PINTO

ASESOR

Eduardo Eliseo RAFFO LECCA

Lima, Perú

2016



Reconocimiento - No Comercial - Compartir Igual - Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Usted puede distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir del documento original de modo no comercial, siempre y cuando se dé crédito al autor del documento y se licencien las nuevas creaciones bajo las mismas condiciones. No se permite aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros a hacer cualquier cosa que permita esta licencia.

Referencia bibliográfica

Palomino, H. (2016). *Medición de la satisfacción de los alumnos en los servicios de la E.A.P. Ingeniería Industrial Facultad de Ingeniería Industrial – UNMSM-2014-II*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Ingeniería Industrial, Escuela Académico Profesional de Ingeniería Industrial]. Repositorio institucional Cybertesis UNMSM.



UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS
(Universidad del Perú, DECANA DE AMÉRICA)
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

ACTA N°005-DAcad-FII-2016

SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE INGENIERO INDUSTRIAL

El Jurado designado por la Facultad de Ingeniería Industrial, reunido en acto público en el Auditorio de la Facultad de Ingeniería Industrial, el día **sábado 24 de Setiembre de 2016**, a las 14:00 horas, se dio inicio a la sustentación de la tesis:

**"MEDICIÓN DE LA SATISFACCIÓN DE LOS ALUMNOS EN LOS
SERVICIOS DE LA E.A.P. INGENIERÍA INDUSTRIAL FACULTAD DE
INGENIERÍA INDUSTRIAL – UNMSM-2014-II"**

Que presenta el Bachiller:

PALOMINO PINTO HENRY JHON KEVIN

Para optar el Título Profesional de Ingeniero Industrial en la Modalidad: **Ordinaria**.

Luego de la exposición, absueltas las preguntas del Jurado y siendo las 15:00 horas se procedió a la evaluación secreta, habiendo sido APROBADO por UNANIMIDAD con la calificación promedio de DIECISIETE, lo cual se comunicó públicamente.

Ciudad Universitaria, 24 de Setiembre del 2016

DR. CEVALLOS AMPUERO JUAN MANUEL
Presidente

DR. ÁLVAREZ DÍAZ EZZARD OMAR
Miembro

DR. CACHAY BOZA ORESTES
Miembro

ING. RAFFO LECCA EDUARDO ELISEO
Asesor

A mi madre quien me dio la vida y quien me ha sabido formar con buenos valores y me ha guiado en este largo camino. A mi padre quien me otorga toda su sabiduría. A mis hermanos que son un ejemplo de constancia y perseverancia. A los docentes de mi alma mater que con sus enseñanzas hicieron que mejore día a día. Y a Jacquelin S. C. que siempre creyó en mí y me alentó para continuar, ¡Siempre estás en Mi Corazón! Gracias por todo a cada uno de ustedes.

SUMARIO

RESUMEN	8
ABSTRACT	9
INTRODUCCIÓN	10
CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO	15
1.1. Fundamentación del problema.....	15
1.1.1. Aspectos preliminares del problema.....	17
1.1.2. Análisis externo.	20
1.1.3. Análisis Interno.....	22
1.2. Formulación del problema	23
1.2.1. Problema General.....	24
1.2.2. Problemas específicos.....	24
1.3. Objetivos de la investigación.	25
1.3.1. Objetivo general.....	25
1.3.2. Objetivos específicos	25
1.4. Justificación de la Investigación.....	26
1.4.1. Justificación Teórica	26
1.4.2. Justificación Práctica	27
1.5. Alcances y limitaciones.....	29
1.6. Fundamentación y formulación de la hipótesis	30
1.6.1. Hipótesis General	30
1.6.2. Hipótesis Específicas.....	30
1.7. Identificación y clasificación de la variable.....	32
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	33
2.1. Marco filosófico o epistemológico de la investigación.....	33
2.2. Antecedentes de la investigación.....	35
2.2.1. Antecedentes Nacionales.	35
2.2.2. Antecedentes Internacionales.....	38
2.3. Bases Teóricas	43

2.3.1. Satisfacción del cliente	43
2.3.2. Servicio al cliente.....	47
2.3.2.1. Definición de servicio al cliente	48
2.3.2.2. Elementos del servicio al cliente	49
2.3.2.3. Importancia relativa de los elementos de servicio al cliente ..	52
2.3.2.4. Tiempo del ciclo del pedido o servicio al cliente.....	55
2.3.3. La satisfacción del cliente y sus dimensiones de evaluación.....	58
2.3.3.1. El enfoque del incidente crítico.....	59
2.3.3.2. Los incidentes críticos	60
2.3.3.3 Incidentes de marketing.	63
2.3.3.4 Incidentes de gestión de calidad.	64
2.3.3.5 Incidentes de gestión de personal.....	68
2.3.4. La satisfacción del alumno.....	70
2.3.4.1. Definición de satisfacción del alumno.....	70
2.3.4.2. Contexto de satisfacción del alumno.....	71
2.3.4.3. Dimensiones de evaluación.....	71
2.4. Glosario de términos.....	74
 CAPITULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	 84
3.1. Tipo y diseño de investigación	84
3.1.1. Diseño de la investigación:	85
3.1.2. Unidad de análisis	86
3.2. Población y muestra de estudio	86
3.2.1. Tamaño de la Muestra	87
3.2.2. Selección de la Muestra.....	88
3.3. Técnicas de recolección de datos.....	88
3.4. Tipo de análisis del procesamiento de la Información	89
3.4.1. Descripción del proceso de validación de instrumento.....	89
3.4.2. Descripción del proceso de prueba de hipótesis.	90
3.5. Operacionalización de la variable.....	90
3.6. Instrumento de recolección de datos.	92
3.6.1. Prueba piloto.....	97

3.6.2. Características de la prueba piloto	100
3.6.3 Estructura final del cuestionario.....	110
4.1. Método de consistencia interna.	112
4.2. Análisis estadísticos.....	113
4.3. Contrastación de hipótesis.....	115
4.4. Discusión de resultados.....	125
4.5. Adopción de decisión.....	127
CONCLUSIONES	128
RECOMENDACIONES	130
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	131
ANEXOS	135

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Diseño de la investigación.	85
Figura 2. Fórmula de la muestra.	87
Figura 3. Tamaño de la muestra.	87
Figura 4. Instrucciones, escala de opinión y título de la dimensión en la prueba piloto.	102
Figura 5. Indicadores agregados de los datos demográficos.	103
Figura 7. Indicadores modificados de la dimensión Administración.	105
Figura 8. Indicadores modificados de la dimensión Infraestructura.	106
Figura 9. Indicadores modificados de la dimensión Bienestar del Estudiante.	107
Figura 10. Nivel de satisfacción de los alumnos respecto a los servicios brindados por la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM.	116
Figura 11. Nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta académica de la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM.	118
Figura 12. Nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta administrativa de la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM.	120
Figura 13. Nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta de infraestructura de la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM.	122
Figura 14. Nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta de bienestar del estudiante de la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM.	124
Figura 15. Histograma de las edades de los alumnos.	151
Figura 16. Histograma de los años de ingreso de los alumnos.	152
Figura 17. Género de los alumnos.	153
Figura 18. Idioma extranjero aprendido por los alumnos.	154
Figura 19. Segundo idioma extranjero aprendido por los alumnos.	155
Figura 20. Colegio de procedencia de los alumnos.	156
Figura 21. Situación laboral de los alumnos.	157
Figura 22. CEUPS.	158
Figura 23. OFAYOE.	159
Figura 24. Bolsa de trabajo.	160
Figura 25. Panadería.	161
Figura 26. Restaurante.	162

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. <i>Operacionalización de la variable de estudio.</i>	91
Tabla 2. <i>Estadístico de fiabilidad.</i>	112
Tabla 3. <i>Estadísticos descriptivos.</i>	113
Tabla 4. <i>Nivel de satisfacción de los alumnos respecto a los servicios brindados por la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM.</i>	115
Tabla 5. <i>Nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta académica de la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM.</i>	117
Tabla 6. <i>Nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta administrativa de la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM.</i>	119
Tabla 7. <i>Nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta de infraestructura de la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM.</i>	121
Tabla 8. <i>Nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta de bienestar del estudiante de la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM.</i>	123
Tabla 9. <i>Estadísticos de las edades de los alumnos.</i>	150
Tabla 10. <i>Edades de los alumnos.</i>	150
Tabla 11. <i>Estadísticos de los años de ingreso de los alumnos.</i>	151
Tabla 12. <i>Años de ingreso de los alumnos.</i>	152
Tabla 13. <i>Género de los alumnos.</i>	153
Tabla 14. <i>Idioma extranjero aprendido por los alumnos.</i>	154
Tabla 15. <i>Segundo idioma extranjero aprendido por los alumnos.</i>	155
Tabla 16. <i>Colegio de procedencia de los alumnos.</i>	156
Tabla 17. <i>Situación laboral de los alumnos.</i>	157
Tabla 18. <i>CEUPS.</i>	158
Tabla 19. <i>OFAYOE.</i>	159
Tabla 20. <i>Bolsa de trabajo.</i>	160
Tabla 21. <i>Panadería.</i>	161
Tabla 22. <i>Restaurante.</i>	162

RESUMEN

La presente investigación tiene por finalidad determinar el nivel o grado de satisfacción existente entre los alumnos de la Facultad de Ingeniería industrial, en el contexto del uso de los servicios ofrecidos por la Universidad.

La metodología empleada corresponde a una investigación del tipo no experimental, descriptivo y transversal. Se realizó el estudio en una población de 1091 alumnos de la E.A.P. de Ingeniería Industrial, con una muestra de 285 alumnos de los ciclos: V, VI, VIII, IX y X de la Facultad de Ingeniería Industrial de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

De acuerdo a los resultados estadísticos alcanzados, se confirmó la hipótesis general, que el nivel de satisfacción de los alumnos respecto a los servicios brindados por la Facultad de Ingeniería Industrial de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos es satisfactorio. De igual forma se confirmaron las hipótesis específicas, en las cuales se determinaron también niveles satisfactorios para cada una de las dimensiones de la satisfacción del alumno: oferta académica, administrativa, de infraestructura y de bienestar del estudiante.

Palabras claves: Satisfacción de los alumnos, oferta académica, administrativa, de infraestructura y de bienestar del estudiante.

ABSTRACT

The present investigation aims to determine the level or degree of satisfaction among students of the Faculty of Industrial Engineering in the context of the use of services offered by the university.

The methodology corresponds to a non-experimental investigation, descriptive and transversal. The study was conducted in a population of 1091 students of the EAP Industrial Engineering, with a sample of 285 students of cycles: V, VI, VIII, IX and X of the Faculty of Industrial Engineering of the UNMSM.

According to the statistical results achieved, the general hypothesis was confirmed, that the level of student satisfaction regarding the services provided by the Faculty of Industrial Engineering of the UNMSM is satisfactory. Equally specific hypotheses were confirmed, in which were also determined levels satisfactory for each of the dimensions student satisfaction: academic offer, administrative, infrastructure and student wellness.

Key words: Student satisfaction, academic offer, administrative, infrastructure and student wellness.

INTRODUCCIÓN

La Universidad se encuentra inmersa en el sistema económico del país, sea como generador de propuestas educativas, así como de bienes y servicios que propician el desarrollo de un personal altamente capacitado, orientado al crecimiento de la economía e industria, en las diferentes áreas de su oferta académica: Ciencias Básicas, Ciencias de la Salud, Ciencias Sociales, Económico – Empresariales, Humanidades e Ingenierías.

El logro de las necesarias capacidades que la economía actual impone al contexto económico peruano, requiere de una formación sólida en el conocimiento de la especialidad escogida y estudiada en la universidad.

En esta línea de trabajo se encuentra la Facultad de Ingeniería Industrial de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, cuando asume en su misión el: “Formar ingenieros industriales con orientación a la investigación científica y tecnológica, capaces de diseñar, optimizar, programar, dirigir y controlar sistemas productivos de bienes y servicios integrados por personas, materiales, bienes de capital y recursos financieros, con responsabilidad social, y ambiental y comprometidos con el desarrollo nacional”.

Esta formación de calidad es la expectativa que se forma el futuro estudiante universitario, al momento de decidirse por estudiar en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Expectativa de calidad que se expresa en sus niveles académicos, administrativos, de infraestructura y de bienestar, como bien se propone en la visión: “Ser la mejor Facultad de Ingeniería Industrial del sistema universitario peruano reconocida internacionalmente por formar profesionales líderes, con altas competencias en gestión de empresas e instituciones, aplicación de tecnología en el desarrollo sostenido del país y del medio ambiente, con una formación humanista integral”.

Expectativa, que en el marco de la satisfacción del cliente, la Universidad debe cubrir plenamente. La economía impone este tema como referente cotidiano de las diferentes empresas e instituciones. Satisfacción del cliente que se vincula cada vez en una mayor relación, con la capacidad, competitividad y performance de alta calidad de las empresas y del personal actuante en ellas.

El nivel de satisfacción del cliente determina en qué magnitud las empresas o instituciones se encuentran preparadas, así como el grado de competitividad alcanzado, cuan dúctil y flexible se encuentran para realizar mejoras en sus diferentes niveles de procesos, lo que les permite estar apto para los cambios permanentes que la economía actual impone en el mercado peruano.

Esta satisfacción del cliente es lo que proponemos como satisfacción del alumno, en la misma connotación y características de la adquisición de un producto o servicio en el mercado económico del país. "... sensaciones de placer o decepción que tiene una persona al comparar el desempeño, o resultado, percibido de un servicio o producto con sus expectativas personales".

En efecto, la satisfacción en función del desempeño percibido y de las expectativas. Si el desempeño se queda corto ante las expectativas, el cliente queda insatisfecho. Si el desempeño coincide con las expectativas, el cliente queda satisfecho. Si el desempeño supera las expectativas, el cliente queda muy satisfecho o encantado.

La presente investigación "Medición de la satisfacción de los alumnos en los servicios de la E.A.P. Ingeniería Industrial Facultad de Ingeniería Industrial 2014 II – UNMSM", explora este nivel de satisfacción de los alumnos, especialmente sobre las cuatro ofertas propuestas en la presente investigación: académica, administrativa, de infraestructura y bienestar del estudiante.

A sí mismo el ingreso a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos y de la Facultad de Ingeniería Industrial, requieren cuotas altas de preparación académica manifiestas en el examen de admisión. Este nivel de preparación propicia un adecuado clima de desarrollo académico, a la vez de una exigencia especial en cuanto a los niveles académicos, administrativos de infraestructura

y bienestar del estudiante, en la preocupación de estar orientados a la formación y futuro desempeño profesional.

La investigación enfoca las características propias del uso creciente de los servicios de la universidad como centro de superación profesional y económica, que produce una expectativa enorme en la sociedad y especialmente en la juventud que busca esta mejora.

La investigación está estructurada en dos partes. La primera corresponde a los aspectos teóricos, que está conformado en los tres primeros capítulos. La segunda parte con el capítulo cuatro, la contrastación de la hipótesis, conclusiones, recomendaciones, relación bibliográfica y los anexos respectivos.

En el primer capítulo, se estructuran los alcances del problema, su determinación y su formulación. Los objetivos de la investigación, importancia, alcances y limitaciones presentadas en su desarrollo, la formulación de la hipótesis e hipótesis específicas, que plantea el esquema de comprobación o no del presente estudio. La identificación y clasificación de la variable, con sus dimensiones a medir.

El segundo capítulo, abarca el marco teórico con los antecedentes de la investigación, donde se han encontrado dificultades de orden temático y

conceptual, las investigaciones analizadas se refieren a la satisfacción del cliente en los diferentes momentos de la venta de un producto, el traslado, la logística y específicamente la post venta, haciendo hincapié en la pronta entrega de este producto.

El capítulo tres, comprende el diseño de la investigación en cuanto a qué metodología de investigación se ha empleado, las características de la variable y sus dimensiones, y los parámetros utilizados para la estrategia de prueba de hipótesis. Las características de la población y muestra. La construcción del instrumento de recolección de datos y los procedimientos para su validación.

La segunda parte está constituida por el capítulo cuatro, donde se anotan los resultados de aplicar todos los criterios diseñados en la primera parte, desde el acopio de la muestra de estudio con los instrumentos de investigación hasta el procesamiento estadístico de los datos, la construcción de las tablas de frecuencias, el análisis descriptivo y gráficos.

A continuación se presentan los alcances de la discusión de resultados, llegando a la adopción de conclusiones y recomendaciones.

Los anexos comprenden finalmente los hallazgos relacionados a la edad, año de ingreso de los alumnos, género, idioma extranjero, colegio de procedencia, situación laboral, CEUPS, OFAYOE, bolsa de trabajo, panadería y restaurante.

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO

1.1. Fundamentación del problema.

La Facultad de Ingeniería Industrial acreditada nacional e internacionalmente, se encuentra con el reto constante de la excelencia máxima, la presente investigación plantea poner a consideración las diferentes opiniones, que se manifiestan con el actuar diario de sus diferentes estamentos, que hacen específicamente de este actuar una situación expectante, que puede fortalecer o debilitar la gestión de la Facultad.

La satisfacción del alumno de la Facultad de Ingeniería Industrial está vinculada directamente con los servicios que solicita como cliente de la institución educativa, es allí donde el presente estudio realiza una exploración que para la presente investigación se ha dividido en los cuatro siguientes aspectos:

Oferta Académica: Desarrollo profesional de los docentes, con pleno dominio de su especialidad, materia de su cátedra, así como su desempeño en funciones administrativas.

Oferta Administrativa: Procesos de gestión de la Facultad, matrícula, trámites documentarios, carnet universitario, grados, títulos, todos ellos en relación a la calidad de atención y tiempos de trámite.

Oferta de Infraestructura: Calidad, amplitud, modernidad de ambientes: aulas, laboratorio, biblioteca y auditorio; así como espacios de distribución, recreación y descanso.

Oferta de Bienestar del estudiante: Servicios oportunos brindados por el CEUPS, OFAYOE, bolsa de trabajo, panadería, considerados en tiempos prudentes de atención y presentados con niveles óptimos de calidad.

Es necesario anotar, que al realizar la encuesta piloto al inicio de la presente investigación, se ha encontrado un sesgo importante como puntos críticos, en los ámbitos de matrícula, biblioteca y bolsa de trabajo, que al estar relacionado a reclamos por parte de los usuarios, lo consideramos como una situación problemática.

Considerando lo descrito, se establece estructuras de análisis en los aspectos tomados en cuenta, planteadas como medidas diagnóstico para tener información relevante respecto a la relación Facultad – Alumno - Facultad que haga significativa esta investigación.

1.1.1. Aspectos preliminares del problema.

Es importante mencionar que la especialidad de Ingeniería Industrial siempre debe estar en constante cambio y mejora, en este contexto se hace este estudio - diagnóstico con la intención de dar luces sobre el performance de la Institución,

para que se brinde cada vez un mejor servicio a los alumnos de la Facultad.

Principales logros reportados.

Se han podido recoger indicadores como:

- Acreditación Internacional por el CNA de Colombia. 11 agosto del 2010.
- Acreditación Nacional por el CONEAU de Perú. 25 de marzo del 2014.
- Ganador del Concurso de Responsabilidad Social 2014.
- Ganador del Concurso de Financiamiento de planes de mejora de carreras con fines de acreditación de universidades públicas: Iniciación al cambio. Octubre del 2014.

- Ganador de la 5ta edición del “Premio Odebrecht para el Desarrollo Sostenible” con el proyecto “Iluminación mediante paneles solares y purificación de agua con luz UV” 2014.

- Aprobación del Sistema de Gestión de la Calidad para pregrado de la Facultad de Ingeniería Industrial, reconocido por la empresa auditora SGS Perú quienes nos recomendaron ante la ISO para otorgarnos la certificación ISO 9001:2008. Abril del 2015.

Principales problemas reportados

De acuerdo a la primera observación piloto realizada sobre la satisfacción de los alumnos de la Facultad de Ingeniería Industrial, en las dimensiones de Oferta Académica, Administración, Infraestructura y Bienestar del estudiante, se han podido recoger indicadores como:

- Falta de disponibilidad de horarios de los diferentes cursos que se dictan en la Facultad.

- Demoras en el proceso de matrícula (generación de largas colas y esperas).
- Demoras en la atención de biblioteca.
- Ruido y desorden en la biblioteca.
- Demoras en los servicios que brinda la panadería (generación de largas colas y esperas).

1.1.2. Análisis externo.

La UNMSM tiene grandes ventajas de servicio académico derivadas de su tradición histórica y ubicación académica en el ámbito Universitario Nacional e Internacional, esto permite que su oferta educativa esté en los mejores niveles de la educación en el Perú, siendo enormes las expectativas que tienen los alumnos al ingresar a sus aulas, tanto para su desarrollo profesional y económico como individual y colectivo, incidiendo en el desarrollo de la Industria del país.

Análisis de las oportunidades y amenazas.

Oportunidades.

- Mayor demanda de postulantes en los procesos de admisión.
- Nueva ley universitaria.
- Mayor inversión del Estado Peruano en mejora de la calidad de la educación superior en el país.

Amenazas.

- Existencia de otros centros de extensión universitaria y proyección social con mayor desarrollo, tanto dentro de la UNMSM como en otras casas de estudio.
- Tendencia de obtener equipos tecnológicos de última generación por las mejores universidades del país.

1.1.3. Análisis Interno.

La Facultad de Ingeniería Industrial de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, ha concluido sus procesos de acreditación en forma interna y externa, con lo que se ubica entre las principales Facultades del país que se encuentran acreditadas, convirtiéndola en permanente fuente de desarrollo y mejora.

Análisis de las fortalezas y debilidades.

Fortalezas

- Prestigio ganado por las acreditaciones: CNA (Colombia) y CONEAU (Perú).
- Buena reputación obtenida por los concursos ganados.
- Aprobación del Sistema de Gestión de la Calidad.
- Nueva Escuela Académica Profesional de Ingeniería de Seguridad y Salud en el Trabajo.

- Infraestructura moderna.
- Docentes capacitados nacional e internacionalmente.

Debilidades

- Procesos de mejoras parsimoniosas.
- Demoras en la atención de los servicios administrativos.
- Falta de organización periódica en la biblioteca.
- Falta de atención oportuna brindada en la panadería.

1.2. Formulación del problema

Para la formulación del problema general, se consideró determinar el nivel de satisfacción de los alumnos respecto a la oferta académica, administrativa, de infraestructura, y de bienestar del estudiante, brindados por la Facultad de Ingeniería Industrial.

1.2.1. Problema General.

PG. ¿Cuál es el nivel de satisfacción de los alumnos respecto a los servicios brindados por la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM?

1.2.2. Problemas específicos.

Pe1 ¿Cuál es el nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta académica: desarrollo profesional de los docentes y el desempeño en funciones administrativas?

Pe2 ¿Cuál es el nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta administrativa: respecto a la atención y al servicio brindado en los procesos de matrícula y los trámites documentarios en la Facultad?

Pe3 ¿Cuál es el nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta de infraestructura: referido a los ambientes de laboratorio, las aulas, el servicio de la biblioteca y el auditorio de la Facultad?

Pe4 ¿Cuál es el nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta de bienestar del estudiante: respecto a la atención y el servicio brindado por el CEUPS, OFAYOE, bolsa de trabajo y la panadería de la Facultad?

1.3. Objetivos de la investigación.

1.3.1. Objetivo general

OG. Medir el nivel de satisfacción de los alumnos respecto a los servicios brindados por la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM.

1.3.2. Objetivos específicos

Oe1 Medir el nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta académica: desarrollo profesional de los docentes y su desempeño en funciones administrativas.

Oe2 Medir el nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta administrativa: respecto a la atención y al servicio brindado en los procesos de matrícula y los trámites documentarios en la Facultad.

Oe3 Medir el nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta de infraestructura: referido a los ambientes de laboratorio, las aulas, al servicio de biblioteca y al auditorio de la Facultad.

Oe4 Medir el nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta de bienestar del estudiante: respecto a la atención y al servicio brindado por el CEUPS, OFAYOE, bolsa de trabajo y la panadería de la Facultad.

1.4. Justificación de la Investigación

1.4.1. Justificación Teórica

En el plano cognitivo la comprensión administrativa de la “satisfacción del cliente” propone el desarrollo de una base teórica que deviene en una mejor sustentación analítica de estos procesos, con lo cual poder enfrentar las dificultades que en el plano práctico se presentan cuando se administran procesos donde intervienen seres humanos, esta teoría sustenta los pasos necesarios para un real ajuste de los procedimientos en bien de la satisfacción plena en este caso

del alumno de la Facultad de Ingeniería Industrial de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Aspectos teóricos, que permiten abundar sobre los servicios de marketing y sistemas de calidad que influyen en los recursos humanos (con que cuentan las organizaciones públicas o privadas) y que son parte integrante de los estudios en la Facultad.

Esta teoría utilizada podrá ser cuestionada y mejorada de acuerdo a cómo evolucionen los mecanismos de adaptación de los seres humanos a estos procedimientos.

1.4.2. Justificación Práctica

Los resultados de la investigación generarán reflexión y debate académico sobre el nivel de satisfacción de los alumnos respecto a los servicios que se brindan en nuestra Facultad. Con esto se podrán procesar los puntos débiles de éstos servicios para luego poder desarrollar y efectuar mejoras de procesos.

Con el desarrollo del presente trabajo de investigación, se realza la importancia y el real impacto que tiene, la satisfacción del alumno y los procesos administrativos de la

Facultad de Ingeniería Industrial de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, con sus componentes humanos en cuanto a ser independiente, desarrollado en el logro de sus capacidades y en la integración a procesos administrativos de atención al cliente en un clima institucional específico.

Teniendo pleno conocimiento de la significación e importancia que tienen los alumnos en el desarrollo de la Facultad para la excelencia académica, en función de la Universidad como ente educativo de prestigio y la satisfacción plena del alumno como objetivo final, se encuentra información valiosa de la incidencia del alumno en relación a los servicios brindados por la Facultad de Ingeniería Industrial que repercute a nivel externo.

Además, se verificó la real necesidad de espacios organizacionales para practicar la intercomunicación como una dimensión humana y fundamental, que debe aprovecharse para el desarrollo personal y de la organización en el contexto de las áreas administrativas y académicas de la Facultad.

Con lo que la Universidad podrá desarrollar niveles de especialización profesional tendiente a la mejora de los

procesos de marketing, gestión de calidad y gestión de personal, que se vinculan con el alumno de la Facultad, como cliente específico, para alcanzar las metas en cuanto a satisfacción del alumno, controlando y vinculando los procesos de trabajo a los recursos humanos cualificados.

1.5. Alcances y limitaciones

Con el presente estudio se llega a un proceso de conocimiento sobre la satisfacción de los alumnos en el contexto de la gestión académica - administrativa de la Facultad de Ingeniería Industrial.

En cuanto a la sustentación del presente estudio, ésta se encuentra dentro del enfoque cognitivo del desarrollo académico profesional de los docentes, su desempeño en funciones administrativas, la gestión administrativa, el planteamiento teórico sobre la calidad de infraestructura necesaria para una Facultad de Ingeniería, y las especificaciones sobre atención y bienestar del estudiante.

Con respecto a las limitaciones, estas se encuentran ligadas a los antecedentes por cuanto existen pocos estudios actualizados

relacionados al tema que se está investigando, habiéndose encontrado estudios de los años 1999, 2007, 2013.

1.6. Fundamentación y formulación de la hipótesis

1.6.1. Hipótesis General

HG: Existe un buen nivel de satisfacción de los alumnos respecto a los servicios brindados por la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM.

HG0: No existe un buen nivel de satisfacción de los alumnos respecto a los servicios brindados por la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM.

1.6.2. Hipótesis Específicas

He1 Existe un buen nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta académica: desarrollo profesional de los docentes y su desempeño en funciones administrativas.

He1o No existe un buen nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta académica: desarrollo profesional de los docentes y su desempeño en funciones administrativas.

He2 Existe un buen nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta administrativa: respecto a la atención y al servicio brindado en los procesos de matrícula y los trámites documentarios en la Facultad.

He2o No existe un buen nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta administrativa: respecto a la atención y al servicio brindado en los procesos de matrícula y los trámites documentarios en la Facultad.

He3 Existe un buen nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta de infraestructura: referido a los ambientes de laboratorio, las aulas, al servicio de biblioteca y al auditorio de la Facultad.

He3o No existe un buen nivel de satisfacción de los estudiantes, en relación a la oferta de infraestructura: referido a los ambientes de laboratorio, las aulas, al servicio de biblioteca y al auditorio de la Facultad.

He4 Existe un buen nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta de bienestar del estudiante: respecto a la atención y al servicio brindado por el CEUPS, OFAYOE, bolsa de trabajo y la panadería de la Facultad.

He4o No existe un buen nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta de bienestar del estudiante: respecto a la atención y al servicio brindado por el CEUPS, OFAYOE, bolsa de trabajo y la panadería de la Facultad.

1.7. Identificación y clasificación de la variable.

Variable (X): Satisfacción del alumno.

Dimensiones de la Variable:

01.- (X1): Oferta académica

02.- (X2): Oferta administrativa

03.- (X3): Oferta de infraestructura

04.- (X4): Oferta de Bienestar del estudiante.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Marco filosófico o epistemológico de la investigación.

El conocimiento de los procesos de satisfacción del cliente, demanda un análisis exhaustivo de estos, por cuanto la intervención de la persona humana con sus características individuales las hace muy variables, sumado a ello el diferente tratamiento que se le da a estos procesos en los momentos del trabajo académico, administrativo de servicios, en la presentación de la infraestructura como del mobiliario.

Este conocimiento se hace muy necesario, partiendo del principio que deben tenerse iguales normas de administración, prácticas laborales coherentes, criterios procedimentales semejantes, atención esmerada a los clientes, clima laboral efectivo, con los cuales el alumno se identifique y pueda completarse la misión y visión de la Facultad de Ingeniería Industrial, a la plena satisfacción de los alumnos.

Proceso cognitivo que se realiza de acuerdo a los planteamientos teóricos de los investigadores en el orden administrativo, que ya observaron estos procesos y determinaron características específicas, en cuanto a los procedimientos y a las cualidades que deben observarse para una completa efectividad en los procesos académicos administrativos de la Facultad.

La Facultad de Ingeniería Industrial, es parte de la UNMSM, que observa cotidianamente las dificultades presentadas en la atención y satisfacción del alumno, proponiendo resolver estas dificultades a través inicialmente de un análisis teórico y práctico, para luego de lograr sintetizar sus conclusiones aplicarlas en la rutina cotidiana de la institución.

2.2. Antecedentes de la investigación.

2.2.1. Antecedentes Nacionales.

Mabres (1994) realiza un análisis de la situación de las universidades en el país, las cuales tienen una problemática respecto a la calidad educativa en distinto grado y forma. Los problemas que menciona son cinco fundamentalmente:

Bajo nivel académico, incertidumbre económica, insuficiente investigación de calidad, mínimas relaciones de colaboración académica entre universidades e inexistencia casi total de relación alguna con el sector empresarial.

García Pantigozo, Yenque De Dios y Ráez Guevara (1999) realizaron una investigación en la Facultad de Ingeniería industrial de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, en la cual se buscó determinar las líneas de acción para implementar métodos modernos hacia la mejora de la calidad de los servicios de la Facultad. El tipo de investigación aplicado fue el adaptativo, exploratorio y de revisión. El universo del estudio fueron estudiantes de pregrado, estudiantes de posgrado, trabajadores no docentes y docentes de la Facultad. Para la recolección de información se emplearon las técnicas de observación de campo y encuestas. Los resultados indicaron que más del 50% de los

estudiantes señalaban que las enseñanzas impartidas en los cursos no eran las adecuadas a las exigencias y demandas en su momento. Respecto a los servicios administrativos, el 56% de los estudiantes mencionaron que hay una adecuada implementación de laboratorios, un 62% tiene una percepción de innovación, el 100% indica que se realizan iniciativas empresariales y un 88% alude favorablemente sobre la limpieza en la Facultad. De acuerdo a la información obtenida es posible implementar métodos modernos para mejorar la calidad de los servicios académicos - administrativos.

Bullón Villaizán (2007) realiza una investigación de diseño no experimental de tipo transeccional descriptivo para estudiar la satisfacción estudiantil en referencia a la calidad educativa universitaria, para ello, elaboró la escala de Satisfacción Estudiantil en Ingeniería en cuanto a la Calidad Educativa (SEICE) que constó de 92 reactivos distribuidos en nueve áreas, las cuales son las siguientes: condiciones básicas de infraestructura, servicios de la institución, condiciones de seguridad, consideración a la situación económica, seguridad emocional por el trato afectuoso, sentido de pertenencia a la institución y al grupo de clase, proceso de enseñanza y aprendizaje, logros personales, reconocimiento del éxito personal y autorrealización personal. La muestra del estudio quedó conformada por 156 alumnos de los últimos ciclos de cuatro

especialidades de la Facultad de Ciencias e Ingeniería de una universidad privada, las cuales fueron: Ingeniería Electrónica, Ingeniería Industrial, Ingeniería Civil e Ingeniería Mecánica. El análisis estadístico desarrollado para la escala SEICE resultó ser válido y confiable. Es así, que los resultados indicaron que los alumnos muestran una alta satisfacción, ya que se encuentran Bastante Satisfechos con la calidad educativa que brinda la universidad. No obstante, al hacer el análisis por especialidades, se determina que los estudiantes de Ingeniería Industrial, Civil y Electrónica expresaron que están Bastante Satisfechos con la calidad educativa recibida, pero los estudiantes de Ingeniería Mecánica son los que tienen una más baja percepción de satisfacción en todas las áreas evaluadas.

Watson Vega (2013) en su investigación tiene por objetivo determinar el nivel de satisfacción con la calidad educativa recibida en alumnos de psicología de una universidad privada de Lima. La muestra estuvo conformada por 176 alumnos de tercero, cuarto, quinto y sexto ciclo de la carrera de psicología. Se desarrolló una escala la cual se validó y tuvo un alto grado de confiabilidad. Estuvo compuesto por 53 reactivos agrupados en 8 áreas: plan de estudios y exigencia académica, servicio de bibliotecas, relaciones interpersonales con otros miembros del programa, infraestructura de aulas, laboratorios y cafeterías, proceso de enseñanza –

aprendizaje, oferta de actividades extracurriculares, servicio médico y conexión del programa con el contexto. Los resultados mostraron que los estudiantes de la mención de psicología social son los menos satisfechos con el servicio educativo y que los de la mención de psicología educativa son los más satisfechos.

Urure Velazco, Campos Soto, Ventura Miranda, Curasi Gómez y Gómez Acharte (2014) realizaron una investigación de diseño no experimental, tipo descriptivo transversal; en la cual aplicaron un cuestionario a una muestra de 143 estudiantes del I al X ciclo de la Universidad. Los resultados encontrados fueron positivos, por lo que se concluyó que los estudiantes de la Facultad de Enfermería de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga de Ica están satisfechos con la calidad de enseñanza de los docentes en un 62.90%.

2.2.2. Antecedentes Internacionales.

Muñoz Cantero, Río de Deus y Abalde Paz (2002) en su investigación realizan una revisión sobre los instrumentos y dimensiones que han utilizado diferentes universidades españolas para evaluar a los docentes, fundamentalmente, a través de encuestas a los alumnos. El objetivo de la investigación es dar una

panorámica sobre la evaluación docente y determinar una encuesta que englobe las dimensiones por las que debe ser evaluada, las cuales son las siguientes: obligaciones de los docentes, programas de los cursos, metodología aplicada por los docentes, materiales que emplean los docentes, actitud de los docentes, criterios de evaluación, tipos de prácticas y la satisfacción de los alumnos respecto a los docentes.

Valenzuela Rettig y Requena Magallanes (2006) en su investigación tienen como objetivo medir el grado de satisfacción de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Austral de Chile. Además, medir el grado de satisfacción respecto a los métodos de enseñanza y aprendizaje, evaluaciones, organización de carreras, equipo docente e infraestructura. Para ello, el estudio tuvo un diseño no experimental de tipo transversal, descriptivo y correlacional. Se confeccionó un cuestionario el cual fue aplicado a los estudiantes a partir de su segundo año de estudio, los cuales correspondían a un universo de 503 personas de las carreras de Ingeniería Comercial, Contador Auditor y Administrador de Empresas de Turismo, siendo la muestra definitiva de 116 estudiantes.

Los resultados mostraron que el 30% de los estudiantes están Satisfecho con los parámetros evaluados; en cambio, el 68% se muestra Insatisfecho. De las carreras en estudio, solo la de Contador Auditor obtuvo un resultado positivo, estando el 75% de los estudiantes satisfechos; para la carrera de Administrador de Empresas de Turismo, solo el 21% estuvo satisfecho y finalmente, para la carrera de Ingeniería Comercial se consiguió solo un 18% de estudiantes satisfechos.

Rodríguez Ozuna y Chávez Durán (2009) estudiaron el nivel de satisfacción que tienen los estudiantes de arquitectura de la Universidad Tecnológica de El Salvador, respecto a los factores institucionales, los cuales son: el factor académico, el factor administrativo y el factor de recursos de apoyo. La investigación es no experimental de tipo descriptivo. La población es de 111 estudiantes, la cual fue empleada como muestra ya que es una cantidad pequeña. Los resultados encontrados indicaron que el 50% de los estudiantes tienen una Alta Satisfacción, el 36% Moderada Satisfacción y el 14% Baja Satisfacción.

Olea Bravo (2009) en su investigación plantea medir el grado de satisfacción de los estudiantes de Ingeniería en Construcción de la Universidad Austral de Chile, para lo cual se realizó una encuesta,

donde se consideró un universo de 287 estudiantes. La muestra fue de 107 alumnos estratificados por años de ingreso, considerados desde el 2002 hasta el 2008. El estudio es no experimental de tipo transversal y descriptivo. La investigación determinó que la institución universitaria tiene un promedio total de satisfacción estudiantil de 4,34 y el prestigio de la carrera de Ingeniería en Construcción tiene un promedio total de satisfacción estudiantil de 4,19.

Spreng, Shi y Page (2009) en su investigación abordaron tres preguntas al respecto de la satisfacción y la calidad del servicio: la distinción entre la satisfacción del cliente y la percepción de la calidad del servicio; su orden causal, y sobre las intenciones de su impacto relativo. Los datos fueron recolectados a través de una amplia encuesta de compradores en un entorno empresarial.

Los resultados mostraron que la calidad del servicio tiene un impacto mayor sobre las intenciones que tiene la satisfacción del cliente. También mostraron que los efectos de las transacciones individuales sobre las intenciones están mediados por los correspondientes constructos acumulativos; es decir, que un resultado negativo de la transacción puede no ser suficiente para provocar al cliente a cambiar si los niveles acumulativos son suficientemente positivos. Por lo tanto, un resultado negativo puede

ser descontado por el usuario si se ve como un acontecimiento único. Sin embargo, una serie de resultados negativos de las transacciones sucesivas puede provocar que los constructos acumulados tiendan a ser menos positivos, lo que resulta en menores intenciones de recompra del mismo proveedor.

En la investigación de Pantouvakis y Bouranta (2013) emplearon un cuestionario estructurado aplicado a una muestra de 168 empleados de línea de un puerto europeo. Los estadísticos para revisar y probar las relaciones fueron el modelado de ecuación estructural y el análisis de regresión. Encontraron que las características interactivas y físicas influyen en la satisfacción de los clientes externos; a pesar que las características físicas que comparan a las características interactivas tienen menor influencia en la satisfacción del cliente, se encontró que tienen un impacto significativo sobre la satisfacción laboral de los empleados. La mejora de la calidad del servicio interactivo conduce a la satisfacción del cliente, así como a la mejora de la imagen que los clientes forman sobre el entorno empresarial. Se concluye mencionando que la satisfacción de los empleados conduce a una mejor calidad del servicio.

2.3. Bases Teóricas

2.3.1. Satisfacción del cliente

Con el propósito de fundamentar la presente investigación a continuación se muestran los principales temas que en la actualidad existen sobre el problema objeto de este estudio.

Valor y satisfacción para el cliente

Valor para el cliente

Partimos del concepto que los clientes hacen uso de un servicio o adquieren un producto, en el concepto de estar adquiriendo un producto con alto valor, cifrando expectativas altas.

Kotler (2001) afirma que:

“El valor entregado al cliente es la diferencia entre el valor total para el consumidor y el costo total para el consumidor. El valor total para el consumidor es el conjunto de beneficios que los clientes esperan de un producto o servicio dado. El costo total para el cliente es el conjunto de costos en que los clientes esperan

incurrir al evaluar, obtener, usar y disponer del producto o servicio”. (p. 34).

Satisfacción del cliente

Que el cliente esté satisfecho o no después de un servicio depende del desempeño de la oferta respecto a las expectativas del cliente. Podemos decir:

“Satisfacción. Se clasifican en este concepto las sensaciones de placer o decepción que tiene una persona al comparar el desempeño (o resultado) percibido de un producto, con sus expectativas” (Kotler, 2001, p. 36).

Esta definición expresa los niveles de satisfacción que percibe el cliente en función del producto recibido, que nivel de calidad tiene el producto y su aceptación por el usuario: si la calidad es mínima ante la expectativa, el usuario queda insatisfecho, Si la calidad equipara a la expectativa, el usuario queda satisfecho, Si la calidad supera las expectativas. El usuario queda muy satisfecho.

Las empresas en la actualidad tienen como función permanente desarrollar una satisfacción elevada, en el criterio de que los clientes que están satisfechos en un nivel básico pueden cambiar de empresa si se les presenta una mejor opción de compra con características superiores. Los clientes con una alta satisfacción difícilmente cambian de empresa, esto conduce a la creación de un vínculo emocional entre el cliente y la empresa, debido precisamente a esta alta satisfacción, que responde no solamente a una preferencia racional.

Como resultado de esta práctica, los estudios determinan una alta lealtad de los clientes. La diversidad de grandes empresas piensan que un cliente altamente satisfecho, es de mayor rentabilidad que un cliente poco satisfecho, este cliente será más fiel a la empresa y por muchos años más, de tal forma que hará más compras que un cliente satisfecho.

Kotler (2001) menciona:

¿Cómo forman sus expectativas los compradores, usuarios de servicios, el cliente de un producto o servicio? Con base en experiencias de compra

previas, consejos de sus amigos y conocidos, e información y promesas de la parte vendedora y de sus competidores. Si la gente de marketing eleva demasiado las expectativas, es probable que el comprador sufra una decepción. Por ejemplo, Holiday Inn lanzó una campaña hace unos cuantos años a la que llamó "Nada de sorpresas". Sin embargo, los huéspedes de sus hoteles siguieron encontrando múltiples problemas, y Holiday Inn tuvo que cancelar la campaña. Por otra parte, si la empresa fija las expectativas demasiado bajas, no atraerá suficientes compradores (aunque sí satisfará a los que compran). (p. 36).

Este enfoque propicia que algunas de las grandes empresas, determinen elevar las expectativas y se desempeñen en función de estas, proporcionando un producto y servicio al cliente de alta calidad. Son empresas que tienen como parte funcional la satisfacción total del cliente: STC, por lo cual desarrollan procesos en función de esta satisfacción.

Kotler (2001) indica:

Xerox, por ejemplo, garantiza "satisfacción total" y reemplaza el equipo de cualquier cliente insatisfecho dentro de un periodo de tres años después de la compra, cubriendo todos los gastos.

Cigna anuncia: "Nunca estaremos 100% satisfechos si usted no lo está." Y uno de los anuncios de Honda dice: "Una razón por la que nuestros clientes están tan satisfechos es que nosotros no lo estamos".

Nissan invita a los compradores potenciales de Infiniti a que los visiten y sean huéspedes de su automóvil (en lugar de invitar a probarlo) porque, en japonés, la palabra cliente significa "huésped de honor". (p. 36).

2.3.2. Servicio al cliente.

Los clientes distinguen la oferta de toda organización en términos de precio, calidad y servicio, y responden a ella de acuerdo a sus preferencias. De una forma global, el servicio al cliente es el resultado final de todas las actividades propias de la organización que oferta sus bienes o servicios; por ello, el diseño del sistema establece el nivel que se ofrecerá en cuanto al servicio al cliente. Los ingresos generados a partir de las ventas y los costos relacionados con el diseño del sistema establecerán las utilidades que obtendrá la organización; es por esto, que el nivel de servicio que se ofrecerá al cliente es fundamental para cumplir con sus objetivos.

2.3.2.1. Definición de servicio al cliente

Ya que el servicio al cliente esencialmente es parte de la oferta total de servicio de la organización, se iniciará con el servicio desde una perspectiva de la empresa y consecutivamente se separarán los elementos que son específicos de la satisfacción al cliente.

Los hermanos Kyj comentaron que:

“... el servicio al cliente, cuando se utiliza de forma efectiva, es una variable fundamental que puede tener un impacto importante sobre la creación de la demanda y para mantener la lealtad del cliente (Kyj L. & Kyj M., 1994)” (Ballou, 2004, p. 92).

Ballou (2004) manifiesta que servicio al cliente:

... se refiere específicamente a la cadena de actividades orientadas a la satisfacción de las ventas, que en general inician con el ingreso del pedido y finalizan con la entrega del producto a los clientes, continuando en algunos casos como servicio o

mantenimiento de equipo, u otros como soporte técnico (Blanding, 1974). (p. 92).

De forma más simple, Heskett establece que el servicio al cliente para muchas empresas es “... la velocidad y confiabilidad con la que pueden estar disponibles los artículos ordenados (por los clientes)... (Heskett, 1994)” (Ballou, 2004, p. 92).

Últimamente, el servicio al cliente se ha denominado como un proceso de satisfacción total, en la cual se encuentran la recepción del pedido (manual o digital), la forma de pago, la recolección y el envasado de los productos o servicios, el envío y la entrega del paquete, y el servicio de postventa.

2.3.2.2. Elementos del servicio al cliente

Ballou (2004) sostiene que:

Desde una amplia perspectiva corporativa, el servicio al cliente se ha considerado como un ingrediente esencial dentro de la estrategia de marketing. El marketing con frecuencia se ha descrito en términos de una mezcla de actividades de las cuatro P:

producto, precio, promoción y plaza, donde la plaza representa mejor a la distribución física... (Tucker, 1994). (p. 93).

Los elementos que componen el servicio al cliente y de qué forma impactan en la actuación del cliente han sido el punto trascendental a lo largo de los años, dado que el cliente no tiene la facilidad para identificar el motivo de su actuación. Es por esto, que establecer un concepto preciso para el servicio al cliente seguirá siendo difícil de determinar; sin embargo, a través de diferentes encuestas al cliente se pueden obtener ciertas ideas sobre su definición.

De la siguiente forma Ballou (2004) continúa:

Un estudio detallado del servicio al cliente, patrocinado por el National Council of Physical Distribution Management (renombrado como Council of Logistics Management), identificó los elementos del servicio al cliente de acuerdo con el momento en que ocurre la transacción entre el proveedor y el cliente (LaLonde & Zinszer, 1976). (p. 93).

Los elementos del servicio al cliente, se agruparon en 3 categorías: pretransacción, transacción y postransacción.

Los elementos de pretransacción establecieron un contexto propicio para un buen servicio al cliente. El tiempo de entrega, el procedimiento para llevar las devoluciones y órdenes retrasadas, los métodos de envío, el establecimiento de planes de contingencia para casos de emergencia, son algunos de los puntos importantes que se determinaron en esta categoría.

Los elementos de transacción dan por resultado directo la entrega del producto al cliente. Los niveles de inventario, los medios de transporte y la implementación de operaciones son muestras de ello.

Los elementos postransacción constituyen los servicios necesarios para mantener la relación producto-cliente luego de realizar la entrega del pedido; la resolución de reclamos y/o quejas, garantías, reparaciones, devoluciones. A pesar que estos servicios se realizan luego de la venta del producto, deben desarrollarse en las etapas de pretransacción y de transacción.

El servicio total al cliente es el conjunto de todos estos elementos, pero observamos que algunos de ellos son más

importantes que otros. Entonces, ¿cuáles serían los elementos más importantes a manejar?

2.3.2.3. Importancia relativa de los elementos de servicio al cliente

En base a las variables de producto, precio, promoción y distribución física, Sterling y Lambert (1989) realizaron un estudio sobre la industria de los sistemas y mobiliario de oficina, y la industria del plástico que permitieron determinar los elementos más relevantes para los clientes sobre la compra dentro de estas industrias. De acuerdo a las encuestas que realizaron, y sobre una escala de 1 a 7 puntos, para la industria de sistemas y mobiliario de oficina se encontraron los resultados que se describen a continuación.

Ballou (2004) menciona que:

La investigación mostró que la distribución física (DF/servicio al cliente) es un componente integral y necesario de la mezcla de marketing y que presenta una importante oportunidad para que las empresas obtengan una ventaja diferencial en el mercado. La evaluación de las 16 variables clasificadas como las

más importantes por las empresas distribuidoras, usuarios finales, y de diseño y arquitectura reveló que al menos la mitad de ellas eran variables de servicio al cliente y distribución física (Sterling & Lambert, 1989). (p. 94).

Para el estudio sobre la industria del plástico, de las 18 variables más importantes, la mitad pertenece a la logística. “De las variables restantes, cinco se relacionan con la calidad del producto, dos con el precio y dos con la fuerza de ventas (Harrington & Lambert, 1989)” (Ballou, 2004, p. 96).

La investigación de Sterling-Lambert nos lleva a la conclusión de que la logística es el factor primordial en cuanto se refiere al servicio al cliente en la industria de los sistemas y mobiliario de oficina y también en la industria del plástico. A pesar de que las muestras son en base a industrias pequeñas y pudiera no ser del todo determinante, en otras industrias también se han reportado fenómenos semejantes.

“En un estudio similar del mercado secundario del cristal para autos, Innis y LaLonde observaron que seis de los diez atributos principales de servicio al cliente eran de naturaleza logística (Innis & LaLonde, 1994)” (Ballou, 2004, p. 96).

En el estudio realizado por LaLonde y Zinszer (1999) se determinó, para un 63% de los encuestados, que los factores principales que requerían los clientes se encontraban en la disponibilidad del producto (integridad y precisión del pedido y los niveles de inventario) y el tiempo de ciclo de pedido (tiempo de tránsito del pedido y para ensamblado y envío).

Marr (1994) también analizó a diferentes empresas y consiguió que el elemento más importante del servicio al cliente fue la rapidez de entrega.

La compañía Shycon Associates desarrolló una encuesta entre ejecutivos del área de compras y distribución en varias industrias estadounidenses solicitándoles que califiquen a sus proveedores. Los entrevistados mencionaron que las fallas más comunes en el servicio eran el retraso en la

entrega (casi la mitad de las fallas) y la calidad del producto (casi la tercera parte).

Jackson, Keith y Burdick (1986) realizaron un estudio en 25 compañías entrevistando a 254 ejecutivos de compras, en la cual demostraron el grado de importancia de los elementos del servicio en relación con el tipo de producto. El estudio se fundamentó en la importancia de seis elementos de servicio de distribución física; manifestándose, como en otras investigaciones, la importancia del tiempo de espera y la consistencia del tiempo de entrega.

2.3.2.4. Tiempo del ciclo del pedido o servicio al cliente.

Ballou (2004) indica que:

Los principales elementos del servicio al cliente que pueden controlar los responsables de logística se capturan dentro del concepto de tiempo del ciclo del pedido (o del servicio). El tiempo del ciclo del pedido puede definirse como: el tiempo transcurrido entre el momento en que se levanta un pedido de cliente, una orden de compra o una solicitud de servicio y el momento en que el producto o servicio es recibido por el cliente. (p. 98).

El tiempo de ciclo del pedido contiene todos los elementos requeridos para que el cliente reciba el producto o servicio. Estos elementos son: el tiempo de transmisión, el tiempo de procesamiento, el tiempo de ensamblado, la disponibilidad del inventario, el tiempo de producción y el tiempo de entrega.

El tiempo de transmisión depende del procedimiento empleado para comunicar los pedidos. Si el pedido se realiza a través de un vendedor, el tiempo de transmisión estará compuesto por el tiempo que el vendedor y la gerencia de ventas retienen el pedido antes de transmitirlo, y por el tiempo que el pedido demore en el canal de transmisión. En un pedido vía una llamada telefónica, fax, correo electrónico o utilización de algún sitio web, sería importante incluir, en el tiempo del ciclo del pedido, el tiempo que le demanda al cliente llenar un formato o completar algunos datos que son requeridos por las organizaciones.

Para esto Ballou (2004) sostiene que:

El procesamiento del pedido involucra actividades como la preparación de los documentos de envío, la actualización de los registros de inventario, la coordinación de la autorización del crédito, la verificación del pedido para evitar errores, la

comunicación con los clientes y partes interesadas dentro de la compañía respecto de la situación del pedido y la difusión de la información del pedido a los departamentos de administración, compras, producción y contabilidad. (p. 98).

El ensamblado del pedido comprende el tiempo requerido desde que se ha recibido la información del mismo y se haya puesto a disposición de los encargados del almacén. Involucra recoger el pedido del almacén, enviarlo a empaquetado y acopiarlo con otros pedidos que se realicen en la misma dirección. Si no se encuentran inventarios disponibles, entonces el tiempo de procesamiento incluirá la fabricación.

Dado que el tiempo de procesamiento y el tiempo de ensamblado se realizan en forma convergente, el tiempo total consumido por ambas actividades no es la suma requerida por cada una.

Ballou (2004) refiere que:

Más bien, ambas actividades se traslapan, presentándose el procesamiento del pedido ligeramente antes que el ensamblado del mismo, debido a la verificación de errores y al manejo inicial

del papeleo. La preparación de la documentación de envío y la actualización del inventario pueden llevarse a cabo mientras se presentan las operaciones de ensamblado. (p. 99).

El elemento fundamental dentro del ciclo del pedido, en el cual los responsables de servicio al cliente tienen control directo, es el tiempo de entrega del servicio solicitado.

2.3.3. La satisfacción del cliente y sus dimensiones de evaluación.

El desarrollo de la dimensión de calidad es un proceso de identificación de las necesidades y exigencias del cliente, que se lleva a cabo gracias a fuentes diversas.

Una de ellas es la literatura publicada sobre empresas específicas, que puede contener información sobre algunas dimensiones de calidad o necesidades y exigencias del cliente. Otra fuente potencial puede ser el pedirle a personal de la empresa que examine el proceso comercial, y que determine las dimensiones clave de calidad del servicio o producto que ellos proporcionan.

Además, al determinar estas dimensiones, se deberá crear unos ejemplos concretos que ilustren, exactamente, lo que significan las dimensiones.

Este proceso conducirá al desarrollo de una relación de necesidades y exigencias del cliente, donde cada una de ellas será definida por varias declaraciones concretas.

2.3.3.1. El enfoque del incidente crítico

Otra forma de enfocar la determinación de requerimientos del cliente, es a través de la técnica del incidente crítico (Flanagan, 1954).

Este método no solamente es aplicable para cuestionarios de satisfacción del cliente, sino también para cualquier análisis de índole comercial que las empresas puedan requerir, con lo cual se les facilitará (en gran medida) este proceso.

Hayes (2000) afirma que:

El enfoque del incidente crítico se centra en obtener información de los clientes sobre los servicios y productos que reciben. «Clientes» es un término genérico que se refiere a cualquiera que reciba un

servicio o producto de cualquier otra persona o grupo de personas. Queda claro que se pueden desarrollar diversos cuestionarios de satisfacción del cliente, para distintas clases de clientes, y que los «clientes» pueden ser gente de fuera de una organización o bien gente de un departamento distinto pero dentro de la misma organización. (p. 28).

El enfoque del incidente crítico puede identificar las necesidades y exigencias del cliente. Lo fundamental radica en el manejo de los clientes, ya que ellos son quienes reciben sus servicios o productos.

Para determinar las necesidades del cliente, el confiarse solamente en los estándares o parámetros de la organización, nos pueden llevar a cometer errores, que no incluirán factores importantes para los clientes.

2.3.3.2. Los incidentes críticos

Hayes (2000) menciona que:

Un «incidente crítico» es un ejemplo de actuación de una organización, contemplado desde la perspectiva

de los clientes. O sea que los incidentes críticos son aquellos aspectos de la actuación de una organización, con los que los clientes se ponen directamente en contacto... Un incidente crítico, es un ejemplo específico del servicio o producto, que describe tanto las actuaciones positivas como las negativas. Un ejemplo positivo es una característica del servicio o producto, que el cliente desearía ver o encontrar, cada vez que él o ella reciben ese servicio o producto. Un ejemplo negativo es una característica del servicio o producto, que haría que el cliente cuestionara la calidad de la empresa. (p. 29).

Para la definición de los requerimientos del cliente, un buen incidente crítico debe conservar las siguientes dos características: ser específico y describir el servicio o producto.

Hayes (2000) continúa:

Un incidente crítico es específico, si describe una conducta o característica singular del servicio o una característica singular del producto. El incidente debe redactarse de forma que sea interpretado del mismo modo por diferentes personas. El incidente crítico no es específico si describe varios aspectos de una actuación. (p. 29).

Veamos un ejemplo de un mal incidente crítico específico:

Una persona se dirige a un banco para pagar sus deudas pero tiene que esperar un largo periodo de tiempo haciendo cola. Mientras esperaba, se da cuenta de que la cajera atendía rápidamente a sus clientes.

Este incidente crítico no es específico, ya que representa a dos incidentes diferentes. El usuario no sabría si enfocarse en que el cliente estuvo esperando un largo periodo de tiempo, o en que la cajera atendía rápidamente. Una muestra de buenos incidentes críticos sería dividir el ejemplo anterior, en dos incidentes separados.

1. Esperar un largo periodo de tiempo haciendo cola.
2. La cajera atendía rápidamente a sus clientes

“Un incidente crítico debe también centrarse en la conducta del proveedor del servicio o en los adjetivos concretos que describen el servicio o el producto” (Hayes, 2000, p. 30).

Un incidente que sea: el cajero 10 pudo ayudarme, no específica qué hizo el cajero y cuál fue su ayuda. Unos adecuados incidentes serían:

1. El cajero recepcionó mi solicitud.
2. Recibí una respuesta inmediata.

El primer incidente crítico refiere a la conducta del cajero; en cambio, para el segundo incidente se emplea un adjetivo específico que describe la rapidez del servicio.

2.3.3.3 Incidentes de marketing.

De acuerdo a los estudios desarrollados en la Facultad, sobre investigación de mercado y mercadotecnia, encontramos que el comportamiento de los clientes va relacionado a cuan satisfecho se siente en relación al desempeño de los bienes y servicios brindados por las organizaciones respecto a factores culturales, sociales, personales y psicológicos que influyen en su conducta.

Entonces es importante mencionar que el “Marketing es un proceso social a través del cual individuos y grupos obtienen lo que necesitan y lo que desean mediante la creación, oferta

y libre intercambio de productos y servicios valiosos con otros” (Kotler, 2001, p.8).

Kotler (2001) también señala que:

“En la conducta del consumidor influyen cuatro tipos de factores: culturales (cultura, subcultura y clase social), sociales (grupos de referencia, familia, función y status sociales), personales (edad, etapa del ciclo de vida, ocupación, circunstancias económicas, estilos de vida, personalidad y autoconcepto), y psicológicos (motivación, percepción, aprendizaje, creencias y actitudes). La investigación de todos estos factores puede indicar cómo llegar a los consumidores y servirles de forma más eficaz” (p. 184).

La investigación de mercado a través de un instrumento que nos facilita acercarnos a la opinión de los estudiantes de la Facultad permite determinar cuan satisfecho se encuentra el estudiante respecto a los servicios prestados.

2.3.3.4 Incidentes de gestión de calidad.

La calidad como medida de satisfacción del estudiante debe asegurarse en toda institución que imparte procesos de

formación profesional máxima en la sociedad actual donde la comunicación y el conocimiento se reconocen como insumos permanentes en el mundo globalizado.

Montgomery (2007) plantea:

“La calidad se ha convertido en uno de los factores de decisión más importantes de los consumidores para elegir entre productos y servicios que compiten. El fenómeno es generalizado, sin importar si el consumidor es un individuo, una organización industrial, una tienda minorista o un programa de defensa militar”. (p.2).

El requerimiento de calidad se encuentra incluido en todos los niveles y sectores de la sociedad moderna, presentándose como parte decisiva en el éxito de las empresas e instituciones.

La formación de los futuros profesionales tiene presente esta connotación en el trabajo diario impartidos en las aulas universitarias.

“Por consiguiente, entender y mejorar la calidad es un factor clave que lleva al éxito de los negocios, al crecimiento y a una posición competitiva fortalecida” (Montgomery, 2007, p.2).

La necesidad del aprendizaje, desarrollo y aplicación de las normas de calidad son fundamentales en la formación del Ingeniero Industrial, para encontrarse apto hacia el mundo competitivo donde aplicar su trabajo.

“La calidad mejorada y la utilización exitosa de la calidad como una parte integral de la estrategia de negocios global redundan en un retorno sobre la inversión sustancial” (Montgomery, 2007, p.2).

Esta formación en calidad permite al profesional insertarse en los procesos productivos, académicos y sociales con una mayor capacidad de desempeño en las empresas e instituciones que mantienen una alta cuota de calidad.

Sistemas de calidad y control de calidad

Se presentan desde los diversos ángulos de la producción en el amplio campo de la manufactura de productos y de servicios, de las cuales se toma la tecnología estadística en el mejoramiento de la calidad y específicamente a través de tres áreas: control estadístico de procesos, diseño de experimentos y muestreo de aceptación.

Montgomery (2007) plantea asimismo que:

“Aun cuando las técnicas estadísticas son las herramientas críticas en el control y mejoramiento de la calidad, para que su uso sea más efectivo deben implementarse y ser parte de un sistema de administración cuya motivación sea la calidad. De hecho, el sistema de administración debe dirigir la filosofía de mejoramiento de calidad y asegurar su implementación en todos los aspectos del negocio”.
(p.17).

En esta línea se reconocen diversos sistemas de administración de la calidad: Administración de calidad total, control de calidad en toda la compañía, aseguramiento de calidad total, seis sigma, todos ellos con una fuerte relación a la tecnología estadística y sus diferentes procesos.

En este aspecto, tenemos los estándares de calidad y certificación que incluyen la serie ISO 9000, Q5 9000 (industria automotriz) que verifican los procesos en los diferentes niveles de las industrias de producción y las entidades de servicios hacia un control de la calidad.

Instrumentos en clara propuesta de una mejora de la calidad de los servicios prestados por las diversas instituciones en procura de la satisfacción del estudiante.

2.3.3.5 Incidentes de gestión de personal.

Los recursos humanos de las organizaciones, empresas, instituciones públicas o privadas son fundamentales, en efecto, pueden ser una fuente significativa de ventaja competitiva, "... cuando la función de recursos humanos está orientada a las personas, la organización desarrolla una ventaja por el hecho de crear un valor superior para todos los grupos que tienen intereses en ella" (Robbins y Coulter, 2014, p. 380).

La función de los recursos humanos debe estar orientado hacia las personas, estando ellas consideradas como seres con sentimientos y emociones, y no como objetos insensibles o indiferentes. Siendo un recurso fundamental de las estrategias organizacionales, se debe “trabajar con las personas y tratarlas como socios, en lugar de concebirlas como un costo que hay evitar o minimizar en lo posible” (Robbins y Coulter, p. 380, 2014).

Igualmente se tiene como parte de la administración de los recursos humanos la forma en que las instituciones tratan a su personal, este trato tiene un impacto significativo en el desempeño en la empresa, forma de trato que conocemos como prácticas laborales de alto rendimiento.

Robbins y Coulter (2014) señalan:

“Éstas prácticas tienen varias características en común, a saber: La intención de fomentar la participación de los empleados; el compromiso con la mejora de los conocimientos, habilidades y aptitudes de la fuerza laboral de la organización; y la tendencia a retener a los empleados de calidad y permitir que aquellos con mal desempeño abandonen la organización.” (p. 381)

Estos recursos humanos en el contexto de la Facultad son de vital importancia, personas que dirigen los diferentes procesos: admisión, matrícula, biblioteca, administración, cuerpo docente, autoridades, que interactúan con los estudiantes y de los cuales depende los objetivos y compromisos de la Facultad como institución calificada por cotas de calidad, en la búsqueda de la satisfacción del alumno.

2.3.4. La satisfacción del alumno

2.3.4.1. Definición de satisfacción del alumno.

Para llegar a esbozar una definición de satisfacción del alumno, debemos conjugar las propuestas ya mencionadas, en relación a las definiciones estudiadas de: satisfacción del cliente.

La satisfacción del alumno

“Concepto de sensaciones de placer o decepción que tiene al comparar el desempeño percibido de un servicio o producto, con sus expectativas formadas”.

2.3.4.2. Contexto de satisfacción del alumno.

La satisfacción del alumno, en su papel de cliente de la universidad está vinculado a las características de las instituciones educativas de nivel superior universitario, en sus contextos de: gestión institucional, estructura curricular, didáctica docente, especialización de los profesores, percepción de los alumnos sobre la performance de la institución y la imagen propuesta por la universidad, todo ello en el sustento de garantizar una educación significativa, sustentable y de calidad.

De tal forma que a la prestación de los servicios, el alumno se encuentre plenamente satisfecho.

2.3.4.3. Dimensiones de evaluación.

Con los considerandos anteriores la estructura de las dimensiones de evaluación de la satisfacción del alumno está estructurado en las siguientes cuatro ofertas:

Oferta académica

Se entiende como cualquiera denominación académica, que haya de anunciar u ofrecer una institución de educación superior, como un conjunto separado y predefinido de materias conducente a un grado, diploma, título u otro reconocimiento oficial.

Oferta administrativa

La administración conceptuada como el proceso de planificación, organización, dirección y control del trabajo de los miembros de una institución educativa, del buen uso de los recursos disponibles para alcanzar las metas, objetivos e ideales preestablecidas.

Es importante resaltar que con una buena administración se podrá diseñar, dirigir, orientar y tomar las decisiones que vayan encaminadas al buen funcionamiento y desarrollo de la empresa, además contribuir para mantener un ambiente laboral eficiente donde cada una de las personas aporten

con sus conocimientos e ideas para lograr los objetivos propuestos con responsabilidad.

Oferta de infraestructura

Infraestructura como conjunto de elementos, que están considerados necesarios para que una organización pueda funcionar, una actividad que se desarrolle efectivamente, además de grupos de elementos o servicios que son considerados necesarios para la invención, producción y marcha de una organización dada.

Oferta de Bienestar del Estudiante

Estado de satisfacción integral de necesidades biológicas, psicológicas y sociales que permite el desarrollo integral del estudiante, para lo cual organiza y realiza acciones que hagan posible promover, crear ejecutar y regular las condiciones y ambientes que aseguren la mejor atención de las necesidades de los educandos, para que éstos puedan aprovechar los recursos y oportunidades educativas, laborales, familiares y sociales, que presta la institución.

2.4. Glosario de términos.

Administración. Es un proceso muy particular consistente en las actividades de planeación, organización, ejecución y control, desempeñadas para determinar y alcanzar los objetivos señalados con el uso de seres humanos y otros recursos.

Ambiente Organizacional. Influencia que recibe la organización de fuentes externas a la misma.

Barreras a la Comunicación Efectiva. Entendemos por barreras impuestas a la comunicación, todos aquellos factores que la impiden, deformando el mensaje, u obstaculizando el proceso general de ésta. Existen tres tipos de categorías, que se presentan como barreras en una comunicación efectiva: ambientales, verbales e interpersonales. Las ambientales son las que nos rodean, son impersonales, y tienen un efecto negativo en la comunicación, puede ser incomodidad física (calor en la sala, una silla incomoda, etc.) distracciones visuales, interrupciones, y ruidos (timbre, teléfono, alguien con tos, ruidos de construcción). Las verbales son la forma de hablar que se interponen en la comunicación, a modo de ejemplo: personas que hablan muy

rápido, o no explican bien las cosas. Las personas que hablan otro idioma es obvia la barrera, pero incluso a veces nuestro propio idioma es incomprensible, por nosotros mismos, ya sea por diferencia de edad, clases sociales, nivel de educación e incluso entre dos profesionales, de distinto interés, como ejemplo: un médico, no podría hablar de temas medicinales con un ingeniero, sino solo con un colega o persona relacionada, con la salud. El no escuchar bien, es otro tipo de barrera verbal, cuando no existe atención. Finalmente, las interpersonales son el asunto entre dos personas, que tienen efecto negativo en la comunicación mutua. Estas barreras interpersonales más comunes son las suposiciones incorrectas y las percepciones distintas.

Comportamiento Humano en las Organizaciones. Es un campo de estudio que investiga el impacto que los individuos, los grupos y las estructuras tienen sobre el comportamiento dentro de las organizaciones, con el propósito de aplicar tal conocimiento al mejoramiento de la eficacia de la organización (Robbins, S. 1999). Es el estudio y la aplicación de conocimientos relativos a la manera en que las personas actúan dentro de las organizaciones. Se trata de una herramienta humana para beneficio de las personas y se aplica de un modo general a la conducta de personas en toda clase de organizaciones como por ejemplo, empresas comerciales, gobierno, escuelas y agencias de servicios. En donde quiera que

exista una organización, se tendrá la necesidad de comprender el comportamiento organizacional (Davis y Newstrom, 1990).

Comunicación. Es la interacción de las personas que entran en ella como sujeto. No solo se trata del influjo de un sujeto en otro (aunque esto no se excluye), sino de la interacción. Para la comunicación se necesitan como mínimo dos personas, cada una de las cuales actúa como sujeto.

Comunicación Interpersonal. “Es la actividad humana mediante la cual un sujeto promotor manifiesta sus contenidos de conciencia mediante una forma perceptible por los sentidos, a un sujeto receptor, con el objeto de que éste tenga acceso a esos mismos contenidos de conciencia; de esta manera, esos contenidos pasan a ser de ambos o comunes intencionalmente”. La comunicación interpersonal es la forma de comunicación más importante para el hombre. Desde muy pequeños comenzamos a formar parte de ella, ya que una de las primeras relaciones que establecemos es de tipo afectivo (cuidadores) y aunque al inicio de nuestras vidas no tenemos un lenguaje estructurado, la comunicación no verbal nos permite establecer estas primeras relaciones de tipo interpersonal; haciendo un recuento de nuestras vidas, podríamos encontrar que los momentos más importantes de nuestra existencia, desde las

decisiones más trascendentales de nuestra vida (hasta algunas que no lo son tanto), giran alrededor de un diálogo o de alguna influencia personal. Es por esto que es muy importante conocer bien los elementos esenciales de la comunicación interpersonal y el modelo de comunicación circular nos lo muestra de forma más fácil de comprender.

Aquí tenemos que la primera intención es lo que el emisor quiere que el receptor sepa, el emisor es la persona que está comunicando algo, el código es la forma en que lo dice (palabras, gestos, etc.), el mensaje es lo que dice, el descódigo es lo que el receptor entiende del mensaje, el receptor es el que está recibiendo el mensaje, y la intención es lo que finalmente entendió el receptor.

Desarrollo de Equipos. Conjunto de personas que interactúan directamente, con una finalidad perseguida por todos, para cuya consecución establecen unas normas de funcionamiento acordadas por todos los miembros del equipo del cual se sienten parte.

Diseño Organizacional. Es un proceso, donde los gerentes toman decisiones, donde los miembros de la organización ponen en

práctica dicha estrategia. El diseño organizacional hace que los gerentes dirijan la vista en dos sentidos; hacia el interior de su organización y hacia el exterior de su organización. Los conocimientos del diseño organizacional han ido evolucionando. Al principio los procesos del diseño organizacional giraban en torno al funcionamiento interno de una organización. Las cuatro estructuras angulares para el diseño de la organización. La división del trabajo, la departamentalización, la jerarquía y la coordinación, tienen una larga tradición en la historia del ejercicio de la administración.

Estructura de Coordinación. La coordinación es un proceso que consiste en integrar las actividades de departamentos independientes a efectos de perseguir las metas de la organización con eficacia. Sin coordinación, la gente perdería de vista sus papeles dentro de la organización y enfrentaría la tentación de perseguir los intereses de su departamento, a expensas de las metas de la organización.

El grado de coordinación dependerá de la naturaleza de las tareas realizadas y del grado de interdependencia que existe entre las personas de las diversas unidades que las realizan. Cuando estas tareas requieren que exista comunicación entre unidades, o se pueden beneficiar con ella, entonces es recomendable un mayor

grado de coordinación. Cuando el intercambio de información es menos importante, el trabajo se puede efectuar con mayor eficiencia, con menos interacción entre unidades. Un grado importante de coordinación con toda probabilidad beneficiará un trabajo que no es rutinario ni pronosticable, un trabajo en el cual los factores del ambiente están cambiando y existe mucha interdependencia. Además, las organizaciones que establecen objetivos altos para sus resultados requieren un mayor nivel de coordinación.

Motivación Laboral. Constituida por todos los factores capaces de provocar, mantener y dirigir la conducta hacia un objetivo.

Organización. La estructuración técnica de las relaciones que deben existir entre las funciones, niveles y actividades de los elementos humanos y materiales de un organismo social, con el fin de lograr la máxima eficiencia en la realización de planes y objetivos

Percepción. Gibson y colaboradores (1990) nos proponen que "la percepción es el proceso por el cual el individuo connota de significado al ambiente".

Dar significado al ambiente requiere de una integración de la información sensorial con elementos cognitivos como por ejemplo, con nuestros recuerdos, con nuestras presunciones básicas de lo que es el mundo, con nuestros modelos ideales, etc., con el fin último de construir el mundo que nos rodea.

La percepción comprende principalmente dos procesos: 1. La recodificación o selección de toda la información que nos llega del exterior, reduciendo la complejidad y facilitando su almacenamiento en la memoria; 2. Un intento de ir más allá para predecir acontecimientos futuros y de este modo reducir sorpresas.

Estos dos procesos dan una estructura a nuestro proceso perceptual, en el sentido que nuestra percepción no constituye un continuo procesamiento de estímulos caóticos que se almacenan en la memoria sin orden; sino por el contrario, al percibir una persona o un objeto creamos un orden en todo ese caudal de información.

Este orden nos permite poder reexaminar la información para poder adicionar más información de interés para nosotros y poder inferir comportamientos y situaciones.

Proceso de Aprendizaje. Las actividades que realizan los seres humanos para conseguir el logro de los objetivos que se pretenden; es una actividad individual que se desarrolla en un contexto social y cultural y se lleva a cabo mediante un proceso de interiorización en donde cada estudiante concilia nuevos conocimientos. Para que el aprendizaje sea eficiente se necesitan de tres factores básicos: inteligencia y conocimientos previos, experiencia y motivación; aunque todas son importantes, debemos señalar que sin motivación cualquiera sea la acción que realicemos, no será el 100% satisfactoria. La definición de aprendizaje asegura que la motivación es el “querer aprender”, es fundamental que el estudiante dirija energía a las neuronas; la misma se puede conseguir mediante la práctica de metodologías especiales que se verá limitadas a la personalidad y fuerza de voluntad de cada persona.

Proceso de los Conflictos. Un conflicto es un proceso de oposición a los intereses entre dos o más actores. Este proceso se puede deber a una dinámica de antagonismo llegando a manifestaciones violentas, a la conflictividad armada. La mayoría de los conflictos se van desarrollando y modificando en función de los contextos (locales e internacionales) del momento. Además, las causas son múltiples y se interrelacionan entre sí; de manera que no podemos encontrar una causa única como origen de un

conflicto. Si estudiamos el conflicto como un proceso, veremos cómo se modifica con el tiempo apareciendo nuevas causas y en algunos casos cambiando su propia naturaleza. Al mismo tiempo su intensidad también irá evolucionando, en guerra; desapareciendo a través de procesos de paz o manteniéndose latente en niveles de intensidad baja. Todos estos elementos de cambio son esenciales para la resolución de conflictos. El estudio de su desarrollo permite mayor margen al aplicar una vía de resolución u otra., evitando simplificar y por lo tanto equivocarse tanto en el proceso de comprensión como en el de resolución.

Tecnología Organizacional. Conocimientos, métodos y procesos que se utilizan para transformar las entradas a la organización (recursos, personas, equipos, información) en productos finales (bienes y servicios) que la organización envía de nuevo al medio ambiente externo. Esta transformación sucede en todas las organizaciones, sean fábricas, bancos, empresas financieras, hospitales, entre otros.

Valor y Satisfacción. El valor es la relación que establece el cliente entre los beneficios (funcionales, status, etc.) que percibe del producto que se ofrece y los costos (económicos, tiempo, esfuerzos) que representa adquirirlo. Otros elementos como la

simplificación en la toma de decisión de compra, la lealtad y la jerarquización de beneficios han sido incluidos en el desarrollo de la oferta, a través de la creación de propuestas de valor orientadas a configurar productos y servicios que satisfagan óptimamente las necesidades y deseos de los individuos a quienes van dirigidas. El grado de satisfacción es el estado anímico de bienestar o decepción que se experimenta tras el uso de un bien. Y si bien la satisfacción está vinculada a criterios de comparación y expectativa, donde la percepción sobre la oferta tiene un lugar muy relevante, se ha demostrado que el desempeño real de la oferta en la atención de necesidades, deseos y bienes de orden tiene un efecto más duradero y sostenible en ella, razón por la cual la mercadotecnia estratégica transita de la simbolización a la configuración de la oferta.

CAPITULO III

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

La metodología de trabajo de la presente investigación se ha estructurado en función a las características de la variable estudiada, en este caso la variable satisfacción del alumno, con sus dimensiones como factores medibles, que en suma conjunta dan los niveles totales.

3.1. Tipo y diseño de investigación

El estudio corresponde a una investigación del tipo no experimental, puesto que no se ejerció control directo sobre la variable de estudio, en efecto no se hicieron trabajos específicos

sobre esta variable, siendo los resultados directos sin intervención del investigador, igualmente se efectuó el inventario de la variable en un solo momento, por lo que se la define como investigación transversal (transeccional).

A su vez, es de tipo descriptiva porque se pretende describir la situación actual en la que se encuentra la Facultad de Ingeniería Industrial.

3.1.1. Diseño de la investigación:

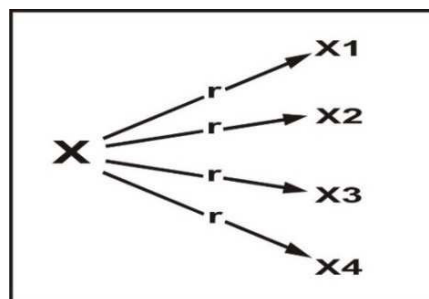


Figura 1. Diseño de la investigación.

$X = f(X1, X2, X3, X4)$ dependencia funcional, de la variable satisfacción del alumno.

$X1, X2, X3, X4$ = Cada una de las dimensiones de la variable observable.

$r =$ Es el nivel en cada una de las dimensiones estudiadas.

$X_1 =$ Oferta académica

$X_2 =$ Oferta administrativa

$X_3 =$ Oferta de infraestructura

$X_4 =$ Oferta de bienestar del estudiante

3.1.2. Unidad de análisis

El desarrollo y aplicación de la investigación se realizó sobre la gestión académica, administrativa, de infraestructura y de bienestar del estudiante en los alumnos de la E.A.P de Ingeniería Industrial de la Facultad de Ingeniería Industrial de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos 2014 - II.

3.2. Población y muestra de estudio

El objeto de estudio de aplicación de la investigación son los alumnos de la E.A.P. de Ingeniería Industrial de la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM 2014 - II. Para este ciclo académico, se matricularon 1091 alumnos.

3.2.1. Tamaño de la Muestra

Al tener una población de 1091 alumnos se aplicó la formula respectiva:

$$n = \frac{Z^2 \times p \cdot q \times N}{E^2 (N-1) + Z^2 \times p \cdot q}$$

Figura 2. Fórmula de la muestra.

n: tamaño de la muestra

N: tamaño de la población (N = 1091 estudiantes).

Z: nivel de confianza, es el porcentaje de confiabilidad con que se va a trabajar. Para un 95% de confianza, el Z = 1.96.

p: probabilidad de éxitos, 50% = 0.50

q: probabilidad de fracasos, 50% = 0.50

E: nivel de error, para nuestro caso es 5% = 0.05

Reemplazando estos valores, obtenemos el siguiente tamaño de muestra:

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.50 \times 0.50 \times 1091}{0.05^2 (1091-1) + 1.96^2 \times 0.50 \times 0.50} = 284.31 \approx 285$$

Figura 3. Tamaño de la muestra.

Por lo tanto, la presente investigación se trabajó con una muestra de 285 alumnos de la E.A.P. de Ingeniería Industrial de la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM.

3.2.2. Selección de la Muestra

La muestra está comprendida del quinto al décimo ciclo, tomada en forma aleatoria de acuerdo al momento de aplicación del inventario de opinión.

La toma de la muestra se desarrolló en diferentes horarios y cursos. Encontrándose muestras incoherentes e inválidas, por lo que se procedió a eliminarlas; del total de los 285 alumnos encuestados, se aplicó en el análisis de la investigación 255 muestras correctas.

3.3. Técnicas de recolección de datos

Para obtener la información de la muestra de los alumnos, se empleó la técnica de la Encuesta, a través de un cuestionario.

Para la aplicación de la Encuesta se solicitó la autorización de la Dirección Académica de la Escuela Académico Profesional de Ingeniería Industrial, otorgando la autorización correspondiente y las facilidades necesarias para desarrollar la investigación. De esta forma y teniendo en cuenta que los alumnos de los primeros ciclos no están familiarizados con los servicios que brinda la Facultad, el parámetro de aplicación de la Encuesta se realizó a partir de los alumnos del V ciclo hasta el X ciclo.

Al momento de aplicar el instrumento, se comunicó a los alumnos sobre la finalidad de la investigación y que su participación como la información recabada serían confidenciales. Asimismo, se informó que su participación era voluntaria.

3.4. Tipo de análisis del procesamiento de la Información

3.4.1. Descripción del proceso de validación de instrumento.

Para la validación del instrumento de recolección de la información se ha utilizado el método de consistencia interna basado en el alfa de Cronbach, que permite estimar la fiabilidad de un instrumento de medida a través de un

conjunto de ítems que se espera que midan el mismo constructo o dimensión teórica.

3.4.2. Descripción del proceso de prueba de hipótesis.

La muestra recolectada se procesó en Microsoft Excel para luego ser exportados al paquete estadístico SPSS versión 21 en español.

A continuación se procedió a modelar, mediante el análisis estadístico, la variable de estudio, con la finalidad de establecer los niveles de satisfacción de los alumnos respecto a los servicios brindados por la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM.

Este estudio se realizó a través de tablas de frecuencias y porcentajes, así como también de medidas de tendencia central y de gráficos de barras, de sectores e histogramas.

3.5. Operacionalización de la variable.

Para la operacionalización de la variable:

(X): Satisfacción del alumno.

Se han determinado las cuatro siguientes dimensiones:

(X1): Oferta académica

(X2): Oferta administrativa

(X3): Oferta de infraestructura

(X4): Oferta de Bienestar del estudiante.

Se ha considerado la operacionalización en la siguiente figura:

Tabla 1. Operacionalización de la variable de estudio.

VARIABLE DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	VALORES
SATISFACCIÓN DEL ALUMNO	"Concepto de sensaciones de placer o decepción que tiene al comparar el desempeño percibido de un servicio o producto, con sus expectativas formadas".	OFERTA ACADÉMICA	1. Los cursos teóricos son actualizados y oportunos. 2. Los cursos prácticos son actualizados y oportunos. 3. Los cursos teórico - prácticos relacionados con experiencias de trabajo de la carrera profesional son actualizados y oportunos. 4. El cumplimiento del plazo establecido para el desarrollo de los contenidos de cada curso es satisfactoria.	1 ESTOY EN TOTAL DESACUERDO 2 NO ESTOY DE ACUERDO 3 NO ESTOY DE ACUERDO NI EN DESACUERDO 4 ESTOY DE ACUERDO 5 ESTOY EN TOTAL DESACUERDO
		OFERTA ADMINISTRATIVA	1. Los ambientes administrativos son espaciosos y cómodos para la atención del alumno. 2. La atención en las oficinas administrativas se encuentran organizadas. 3. Los horarios de trabajo en las oficinas administrativas son los adecuados para la atención. 4. Pude obtener ayuda del personal administrativo siempre que la necesité.	
		OFERTA DE INFRAESTRUCTURA	1. Los espacios físicos en la institución son los apropiados. 2. El tamaño de los ambientes de clases son los adecuados. 3. La iluminación y ventilación en los ambientes de clases son los apropiados. 4. El mobiliario de las aulas teóricas es el adecuado. 5. Los equipos audiovisuales en las aulas de clase son los adecuados.	
		OFERTA DE BIENESTAR DEL ESTUDIANTE	1. Los cursos del CEUPS satisfacen mis necesidades para un mejor desarrollo profesional. 2. Los canales de información sobre los cursos del CEUPS son los adecuados. 3. El inicio de los cursos del CEUPS empieza en las fechas programadas. 4. Los horarios de trabajo en las oficinas de OFAYOE son los adecuados para la atención.	

Nota: Elaboración propia.

3.6. Instrumento de recolección de datos.

Teniendo en cuenta que la investigación enfoca el concepto de satisfacción del estudiante en un proceso educativo y entendiendo que esta satisfacción del estudiante con la educación que recibe es permanentemente referida como un aspecto importante en la valoración de la calidad de la educación, se verifica la importancia de la opinión del estudiante.

López (1996) sostiene que “la óptica del destinatario de la educación, los alumnos, y en su defecto quienes los representan, «se está convirtiendo en referencia fundamental a la hora de establecer lo que tiene calidad y lo que no la tiene». (p. 44)” (Gento Palacios y Vivas García, 2003, p.17).

Por ello la necesidad de un instrumento que pueda verificar de forma válida las opiniones de los estudiantes de la Facultad, en las áreas que influyen en su desarrollo profesional: académica, administrativa, infraestructura y bienestar del estudiante, y ser a la vez parte del proceso académico en la construcción de alternativas de investigación.

Así, Marchesi y Martín (1998) consideran que “uno de los indicadores más válidos para medir el grado de calidad de la enseñanza tiene que ver con el grado de satisfacción de las personas que están vinculadas al proceso educativo” (Gento Palacios y otros, 2003, p.17).

De la misma forma, Pérez y Alfaro (1997) señalan que “si los estudiantes son los destinatarios de la educación, son ellos los que mejor pueden valorarla y, aunque tienen una visión parcial, su opinión proporciona un referente que debe tenerse en cuenta” (Gento Palacios y otros, 2003, p.17).

En esta línea de investigación se enfoca como instrumento de recolección de datos el Cuestionario o inventario de opinión.

Tomando en cuenta que Mejía, Ñaupas, Novoa y Villagómez (2014) mencionan que:

Cuestionario es una modalidad de la técnica de la Encuesta, que consiste en formular un conjunto sistemático de preguntas escritas, en una cédula, que están relacionadas con la hipótesis de trabajo y por ende a las variables e indicadores de investigación. Su finalidad es recopilar información para verificar las hipótesis de trabajo. (p. 211).

Cuestionario que recoge información de diverso nivel:

“La información del inventario incluye información factual, opiniones y actitudes, y razones del comportamiento, de opiniones y de actitudes” (Kerlinger y Lee, 2002, p. 543).

Igualmente para efectos de la presente investigación y la adaptación del instrumento de investigación, se ha tomado en cuenta las siguientes definiciones:

Calidad es:

“... el grado en que los productos y/o servicios cumplen las exigencias de la gente que los utiliza” (Montgomery, 1985).

Además:

“Calidad enfocada en sus aspectos de calidad de diseño y calidad de conformidad, conceptos de calidad que son susceptibles de ser medidos” (Hayes, 2002, p. 15).

Estas mediciones que permite a las diferentes entidades:

- “1) Saber lo bien que está funcionando el proceso comercial;
 - 2) Saber dónde hay que hacer cambios para conseguir mejoras, si es que se necesita efectuar cambios, y
 - 3) Determinar si los cambios conducen o han conducido a mejoras”
- (Hayes, 2002, p.15).

Base teórica que sustenta la estructura del cuestionario de opinión con la intención de medir la calidad de los servicios y/o productos que oferta la Facultad de Ingeniería Industrial.

Cuestionario tomado de la diversidad de técnicas de medición existentes, tanto en su formato de índices “objetivos” o “duros” como las que se presentan en la fabricación de piezas (calibre, grosor, espesor); cuando las empresas son de servicios, esta medición “dura” incluye el tiempo invertido en completar un servicio (atención en el servicio de matrícula de la Facultad).

El instrumento desarrollado, al estar orientado hacia la opinión de los estudiantes de la Facultad en un contexto académico, ha utilizado el criterio de medidas más “subjetivas” o “blandas” como indicadores de calidad.

Hayes (2002) menciona que:

Estas medidas son blandas porque se enfocan hacia las percepciones y actitudes, en lugar de hacia criterios más concretos y objetivos. Con frecuencia es necesario utilizar estas medidas porque los índices objetivos no son aplicables a la hora de evaluar la calidad de los servicios. (p. 16).

En efecto, se utilizan este tipo de cuestionarios debido al hecho de que las organizaciones se interesan en comprender de una manera más generalizada las percepciones y actitudes que los clientes tienen de la calidad del servicio o producto recibido.

Estos conceptos de calidad y satisfacción del estudiante son la estructura teórica del presente cuestionario y que fundamentan la confiabilidad del instrumento de recolección de datos, estructurada a partir del planteamiento de la prueba piloto en construcción continua.

3.6.1. Prueba piloto:

El presente instrumento de investigación se empezó a desarrollar en el curso de Planeamiento, Programación y Control de Operaciones del noveno ciclo, de la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM, en mayo del año 2014, en el marco general del desarrollo del proyecto de investigación: “Cómo medir la satisfacción del cliente en Instituciones educativas universitarias”. Aspectos teóricos y prácticos con los cuales se estructuraron las bases de la investigación actual.

Esta prueba se realizó, teniendo en cuenta que “el cuestionario piloto se aplica a un conjunto de personas (alumnos o docentes u otros) que reúnen las mismas características que las personas de la muestra (Pardinas, 1973, p. 85)” (Mejía y otros, 2014, p.213).

Con este lineamiento y posterior enriquecimiento del marco teórico, la estructura de las dimensiones e indicadores de la variable de estudio: “satisfacción del alumno”, se procedió a concordar y adaptar a las necesidades de la investigación en relación a los indicadores del cuestionario propuesto por Kennedy y Young (1989).

Es menester manifestar que no solamente se ha estudiado el instrumento de Kennedy y Young (1989), así mismo desde un acercamiento teórico práctico a una variedad de instrumentos, se ha tomado en cuenta el cuestionario para estimar la Satisfacción de los Estudiantes Universitarios con la Educación de Gento y Vivas (2003), ver Anexo 4.

El siguiente paso para el desarrollo del cuestionario, fue la aplicación del piloto y la contrastación de los indicadores por parte de los estudiantes participantes en éste.

Para esta aplicación práctica se explicó a los participantes sobre la finalidad del estudio, y las características del trabajo del cuestionario piloto como parte del proceso de construcción del instrumento de investigación, en este caso para medir la satisfacción del estudiante.

Se indicó que los resultados del cuestionario son totalmente confidenciales y la participación es voluntaria, donde es indispensable responder todas las preguntas del instrumento, pudiendo hacer uso de todo el tiempo necesario.

Sobre las dudas u observaciones que se iban a presentar se acordó desarrollar un plenario de discusión al final del proceso de respuesta del instrumento.

En promedio la aplicación del instrumento duro aproximadamente 20 minutos.

La construcción del instrumento se ha realizado dentro de un proceso continuo de consulta. Al modificar la propuesta de Kennedy y Young (1989), para adaptarlo a nuestro medio y a los objetivos de la presente investigación, se ha planteado la construcción en evolución.

Bullón Villaizán (2007) señala que:

...un instrumento puede irse afinando, refinando y enriqueciendo el significado interpretativo de sus puntuaciones, por medio de la acumulación de observaciones (Anastasi, 1986 citado en Gregory, 2001). Asimismo, señalan Loevinger y Jackson (1957 y 1970, citados en Millon, 1998) que para observar el proceso de validación de un instrumento, éste debe ser visto como un proceso continuo en todas las fases de la construcción del mismo, más que para comprobar su efectividad una vez concluida su elaboración. (p.50).

3.6.2. Características de la prueba piloto

La prueba piloto que se aplicó a este grupo de estudiantes del curso consistió en 48 indicadores: 12 sobre la parte Académica, 12 sobre Infraestructura, 12 sobre la parte Administrativa y 12 sobre Bienestar del Educando.

Concluida la aplicación del instrumento piloto se procedió a realizar el plenario de anotaciones y observaciones dando como resultado las siguientes observaciones en cuanto a forma y fondo:

Observaciones

a. Observaciones generales

1. En las instrucciones generales debe indicarse que la encuesta de opinión es sobre Satisfacción del Alumno.
2. La escala de opinión debe indicar:

ESTOY EN TOTAL DESACUERDO = 1.

NO ESTOY DE ACUERDO = 2.

En lugar de:

NO ESTOY EN ABSOLUTO DE ACUERDO = 1.

ESTOY EN DESACUERDO = 2.

3. Las demás escalas se mantienen.

4. En la parte de Ítem debe mencionarse la dimensión sobre la cual se está opinando: ACADÉMICA, INFRAESTRUCTURA, ADMINISTRACIÓN y BIENESTAR DEL ESTUDIANTE, de acuerdo a la dimensión a ser evaluada por el estudiante partícipe de la muestra.

5. La numeración correspondiente a cada instrumento en relación a la muestra se codifica en dos rectángulos ubicados en la parte superior derecha del instrumento. El rectángulo pequeño para el ciclo y el grande para el número de muestra correspondiente.



UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
SATISFACCIÓN DEL ALUMNO - ACADÉMICO
INFORMANTES: Alumnos de la Facultad de Ingeniería Industrial UNMSM 2014 - I

INSTRUCCIONES

A continuación encontrará un inventario que tiene como objetivo determinar su opinión sobre la satisfacción del cliente de la Institución, por lo que no existen respuestas buenas o malas, dicha información es completamente reservada, sólo para efectos de investigación, por lo que solicitamos responda todas las preguntas en forma real y de acuerdo a sus experiencias.

Esta escala está relacionada a lo que más se acerca a su opinión en la siguiente proporción:

NO ESTOY EN ABSOLUTO DE ACUERDO = 1, ESTOY EN DESACUERDO = 2, NO ESTOY DE ACUERDO NI EN DESACUERDO = 3, ESTOY DE ACUERDO = 4, ESTOY MUY DE ACUERDO = 5

ITEM	ESCALA				
	1	2	3	4	5

Figura 4. Instrucciones, escala de opinión y título de la dimensión en la prueba piloto.

6. Los indicadores deben tener una numeración sucesiva del 1 al 12 para la dimensión Académica, del 13 al 25 para la dimensión Administración, del 26 al 40 para la dimensión Infraestructura y del 41 al 58 para la dimensión Bienestar del Estudiante.

7. Se indicó la necesidad de contar con indicadores donde se recoja información sobre datos personales: DATOS DEMOGRÁFICOS.

Determinándose que deben incluirse los datos de nacimiento, edad, género, año de ingreso a la universidad, idioma extranjero (nivel de dominio y si tiene conocimiento de un segundo idioma), estado civil, colegio de procedencia, si estudia y trabaja o sólo estudia.

Luego del diseño correspondiente el cuadro demográfico quedo estructurado de la siguiente forma:

DATOS DEMOGRÁFICOS												
LUGAR DE NACIMIENTO												
EDAD		GÉNERO	M	F	AÑO DE INGRESO A LA UNIVERSIDAD							
IDIOMA EXTRANJERO	A		NIVEL	(B)	(I)	(A)	B		NIVEL	(B)	(I)	(A)
ESTADO CIVIL	SOLTERO <input type="radio"/>		CASADO <input type="radio"/>		CONVIVIENTE <input type="radio"/>		SEPARADO <input type="radio"/>					
COLEGIO DE PROCEDENCIA			NACIONAL <input type="radio"/>		PRIVADO <input type="radio"/>		PARROQUIAL <input type="radio"/>					
			DAMAS <input type="radio"/>		VARONES <input type="radio"/>		MIXTO <input type="radio"/>					
SÓLO ESTUDIA				TRABAJA Y ESTUDIA								

(B) Básico (I) Intermedio (A) Avanzado

Figura 5. Indicadores agregados de los datos demográficos.

Sobre las observaciones de los indicadores tenemos lo siguiente:

b. Observaciones de la Dimensión Académica:

1. Los indicadores observados se muestran a continuación:

	ITEM	ESCALA				
		1	2	3	4	5
1	Las clases teóricas son pertinentes y adecuadas.					
2	Las clases prácticas son pertinentes y adecuadas.					
3	Las clases teórico prácticas referentes a competencias laborales sobre la carrera son pertinentes y adecuadas.					
6	El desarrollo de las asignaturas respecto a la organización de los sylabus es coherente, actual, con el uso de las tecnologías de multimedia.					
12	La estimulación hacia el interes por los cursos, la participación en clase y la investigación es estimulada permanentemente por los docentes.					

Figura 6. Indicadores modificados de la dimensión Académica.

2. Realizadas las correcciones, los indicadores quedaron redactados de la siguiente forma:

Indicador 1. Los cursos teóricos son actualizados y oportunos.

Indicador 2. Los cursos prácticos son actualizados y oportunos.

Indicador 3. Los cursos teórico prácticos relacionados con experiencias de trabajo de la carrera profesional son actualizados y oportunos.

Indicador 6. El desarrollo de las asignaturas respecto a la organización de los sílabos es coherente, actual, con el uso de las tecnologías de multimedia e internet.

Indicador 12. La motivación hacia el interés por los cursos, la participación en clase y la investigación es estimulada permanentemente por los docentes.

c. Observaciones de la Dimensión Administración:

1. Los indicadores observados se muestran a continuación:

1	Las atenciones administrativas están instituidas.						
2	Las horas de atención en las oficinas administrativas son adecuadas.						
6	El personal administrativo terminó sus responsabilidades en el tiempo establecido.						
8	El personal administrativo escuchaba mi problema.						

Figura 6. Indicadores modificados de la dimensión Administración.

2. Realizadas las correcciones, los indicadores quedaron redactados de la siguiente forma:

Indicador 14. La atención en las oficinas administrativas se encuentra organizado.

Indicador 15. Los horarios de trabajo en las oficinas administrativas son los adecuados para la atención.

Indicador 19. El personal administrativo termina su trabajo dentro del marco temporal establecido.

Indicador 21. Al personal administrativo le importa lo que yo diga.

3. En esta dimensión se ha incluido el siguiente indicador:

Indicador 13. Los ambientes administrativos son espaciosos y cómodos para la atención del alumno.

d. Observaciones de la Dimensión Infraestructura:

1. Los indicadores observados se muestran a continuación:

4	El equipamiento audiovisual en las aulas de clases es el adecuado (Pc, multimedia, proyector).						
11	El equipamiento audiovisual en los laboratorios es el adecuado (multimedia, proyector).						

Figura 7. Indicadores modificados de la dimensión Infraestructura.

2. Realizadas las correcciones, los indicadores quedaron redactados de la siguiente forma:

Indicador 30. Los equipos audiovisuales en las aulas de clases son los adecuados (PC, multimedia).

Indicador 39. Los equipos audiovisuales en los laboratorios son los adecuados (multimedia, proyectores).

3. En esta dimensión se han incluido los siguientes indicadores:

Indicador 26. Los espacios físicos en la institución, son los apropiados.

Indicador 33. El mobiliario de la biblioteca es el adecuado.

Indicador 34. La bibliografía de la biblioteca es actualizada y especializada.

e. Observaciones de la Dimensión Bienestar del Estudiante:

1. Los indicadores observados se muestran a continuación:

1	Los cursos del CEUPS cumplen mis expectativas de desarrollo profesional.					
2	Las fechas programadas para el inicio de los cursos del CEUPS empiezan oportunamente.					
3	Pude obtener apoyo del personal de bienestar cuando lo requerí.					
4	El personal de bienestar acudió prontamente cuando requerí apoyo.					
5	El personal de bienestar indagó sobre el problema que tenía.					
6	Estoy satisfecho en la forma que bienestar me atendió.					
7	El personal de bienestar aclaró la situación problemática de manera adecuada.					
8	Las oportunidades laborales son promovidas adecuadamente.					
9	Las oportunidades laborales están actualizadas.					
10	Los productos de la panadería tienen buena calidad.					
11	La atención del personal de la panadería es adecuada.					
12	Los servicios del restaurant tienen buena calidad.					

Figura 8. Indicadores modificados de la dimensión Bienestar del Estudiante.

2. Realizadas las correcciones, los indicadores quedaron redactados de la siguiente forma:

Indicador 41. Los cursos del CEUPS satisfacen mis necesidades para un mejor desarrollo profesional.

Indicador 43. El inicio de los cursos del CEUPS comienza en las fechas programadas.

Indicador 45. Pude obtener ayuda del personal de OFAYOE, siempre que la necesité.

Indicador 46. El personal de OFAYOE, respondió rápidamente cuando requerí ayuda.

Indicador 47. El personal de OFAYOE ahondó en el problema que tenía.

Indicador 48. Estoy satisfecho del modo en que el personal de OFAYOE me trató.

Indicador 49. El personal de OFAYOE resolvió mi situación, duda o inquietud de manera eficiente.

Indicador 50. Los canales de información de la bolsa de trabajo son los adecuados.

Indicador 51. La información proporcionada a través de la bolsa de trabajo es actualizada.

Indicador 52. Los productos brindados por la panadería de la Facultad son de calidad.

Indicador 54. La atención prestada por el personal de la panadería de la Facultad es eficiente y oportuna.

Indicador 56. El servicio brindado por el restaurante de la Facultad es de calidad.

3. En esta dimensión se han incluido los indicadores siguientes:

Indicador 42. Los canales de información sobre los cursos del CEUPS son los adecuados.

Indicador 44. Los horarios de trabajo en las oficinas de OFAYOE son los adecuados para la atención.

Indicador 53. Existe una variedad de productos en la panadería de la Facultad.

Indicador 55. Los espacios para el consumo de los productos de la panadería de la Facultad son los adecuados.

Indicador 57. La atención brindada por el restaurante de la Facultad es eficiente y oportuna.

Indicador 58. Los espacios para el consumo de los productos en el restaurante de la Facultad son los adecuados.

4. De acuerdo al proceso de desarrollo del piloto se ha considerado mencionar en el apartado Bienestar del Estudiante la acotación siguiente:

Bienestar del Estudiante se refiere al CEUPS, OFAYOE, bolsa de trabajo, panadería, cafetería.

3.6.3 Estructura final del cuestionario.

Los cambios realizados en el cuestionario son los siguientes:

- Se puntualizó adecuadamente el concepto de los niveles de la escala de opinión.
- Para cada una de las dimensiones se mencionó su respectivo nombre en vez de solamente colocar ítem.
- Se enumeraron los indicadores correlativamente, desde el 1 hasta el 58.
- El orden de las dimensiones infraestructura y administrativa se intercambió.
- Se aumentaron algunos indicadores que eran necesarios indagar en las dimensiones administrativa, infraestructura y bienestar del estudiante.

- Se mejoró el fraseado en varios indicadores para una mayor comprensión de los mismos.
- Se incorporó una tabla de preguntas sobre datos demográficos.

El cuestionario mantuvo la estructura de cuatro dimensiones agrupadas de la siguiente forma:

Académico, constituido por 12 indicadores.

Administrativo, constituido por 13 indicadores.

Infraestructura, constituido por 15 indicadores.

Bienestar del Estudiante, constituido por 18 indicadores.

Los indicadores reflejan cada una de las cuatro dimensiones de calidad y están graduados en la escala tipo Likert.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Método de consistencia interna.

El método de consistencia interna basado en el alfa de Cronbach permite estimar la fiabilidad de un instrumento de medida a través de un conjunto de ítems que se espera que midan el mismo constructo o dimensión teórica. Para la presente investigación se aplicó este método en los 58 ítems del instrumento, consiguiendo

Tabla 2. *Estadístico de fiabilidad.*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,954	58

Nota: Elaboración propia.

Se encontró una alta consistencia interna de los ítems del instrumento, debido a que se obtuvo un coeficiente de alfa de Cronbach igual a 0,954. Por lo tanto, concluimos que la fiabilidad del instrumento es excelente; el alfa de Cronbach > 0,9 (George y Mallery 2003, p. 231).

4.2. Análisis estadísticos.

Tabla 3. Estadísticos descriptivos.

		ACADEMICO	INFRAESTRUCTURA	ADMINISTRACION	BIENESTAR DEL EDUCANDO	FACULTAD DE INGENIERIA INDUSTRIAL
N	Válidos	255	255	255	255	255
	Perdidos	0	0	0	0	0
Media		40,64	49,31	37,36	56,87	184,18
Mediana		41,00	50,00	39,00	56,00	186,00
Moda		34	52	39	54 ^a	191
Desv. típ.		7,188	9,045	9,819	10,906	29,028

a. Existen varias modas. Se mostrará el menor de los valores.

Nota: Elaboración propia.

Interpretación.-

Para la oferta académica, el puntaje promedio o media obtenido, entre un rango del 1 al 60, por los alumnos es de 40.64; el 50% de los puntajes es menor o igual a 41; el puntaje con mayor frecuencia es 34 y la variabilidad de los puntajes obtenidos es 7.188.

Para la oferta de infraestructura, el puntaje promedio o media obtenido, entre un rango del 1 al 75, por los alumnos es de 49.31; el 50% de los puntajes es menor o igual a 50; el puntaje con mayor frecuencia es 52 y la variabilidad de los puntajes obtenidos es 9.045.

Para la oferta administrativa, el puntaje promedio o media obtenido, entre un rango del 1 al 65, por los alumnos es de 37.36; el 50% de los puntajes es menor o igual a 39; el puntaje con mayor frecuencia es 39 y la variabilidad de los puntajes obtenidos es 9.819.

Para la oferta de bienestar del estudiante, el puntaje promedio o media obtenido, entre un rango del 1 al 90, por los alumnos es de 56.87; el 50% de los puntajes es menor o igual a 56; el puntaje con mayor frecuencia es 54 y la variabilidad de los puntajes obtenidos es 10.906.

De forma global, tendríamos que para la Facultad de Ingeniería Industrial, el puntaje promedio o media obtenido, entre un rango del 1 al 290, por los alumnos es de 184.18; el 50% de los puntajes es menor o igual a 186; el puntaje con mayor frecuencia es 191 y la variabilidad de los puntajes obtenidos es 29.028.

4.3. Contrastación de hipótesis.

4.3.1. Análisis descriptivo del nivel de satisfacción de los alumnos respecto a los servicios brindados por la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM.

Hipótesis general.

H: Existe un buen nivel de satisfacción de los alumnos respecto a los servicios brindados por la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM.

H0: No existe un buen nivel de satisfacción de los alumnos respecto a los servicios brindados por la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM.

Tabla 4. *Nivel de satisfacción de los alumnos respecto a los servicios brindados por la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	MALO	4	1,6	1,6	1,6
	REGULAR	89	34,9	34,9	36,5
	BUENO	145	56,9	56,9	93,3
	EXCELENTE	17	6,7	6,7	100,0
	Total	255	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia.

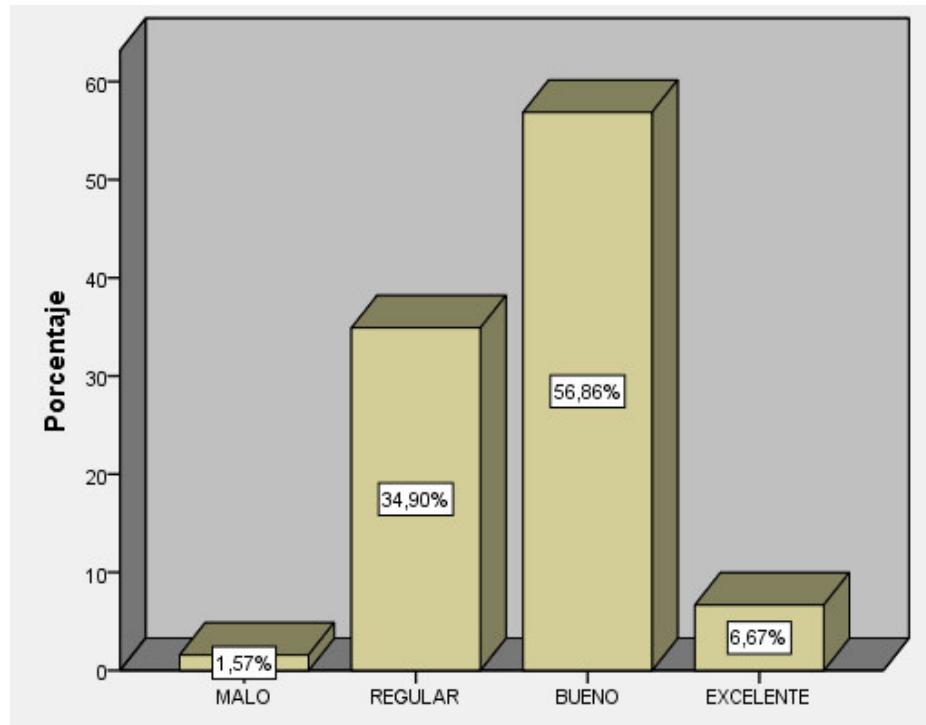


Figura 9. Nivel de satisfacción de los alumnos respecto a los servicios brindados por la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM.

Interpretación.- Del gráfico mostrado se observa que el nivel de satisfacción de los alumnos respecto a los servicios brindados por la Facultad de Ingeniería Industrial de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos es mala para 4 alumnos (1.57%), regular para 89 (34.90%), buena para 145 (56.86%) y finalmente, se obtuvo que para 17 alumnos (6.67%) el nivel es excelente. Es decir, que para el 63.53% de los alumnos los servicios brindados por la Facultad de Ingeniería Industrial es bueno o excelente; por lo tanto, se concluye que existe un buen nivel de satisfacción de los alumnos respecto a los servicios brindados por la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM.

4.3.2.- Análisis descriptivo del nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta académica: desarrollo profesional de los docentes y su desempeño en funciones administrativas en la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM.

Hipótesis específica S(H1).

S(H1): Existe un buen nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta académica: desarrollo profesional de los docentes y su desempeño en funciones administrativas.

S(H1)0: No existe un buen nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta académica: desarrollo profesional de los docentes y su desempeño en funciones administrativas.

Tabla 5. *Nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta académica de la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos MALO	2	,8	,8	,8
REGULAR	81	31,8	31,8	32,5
BUENO	133	52,2	52,2	84,7
EXCELENTE	39	15,3	15,3	100,0
Total	255	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia.

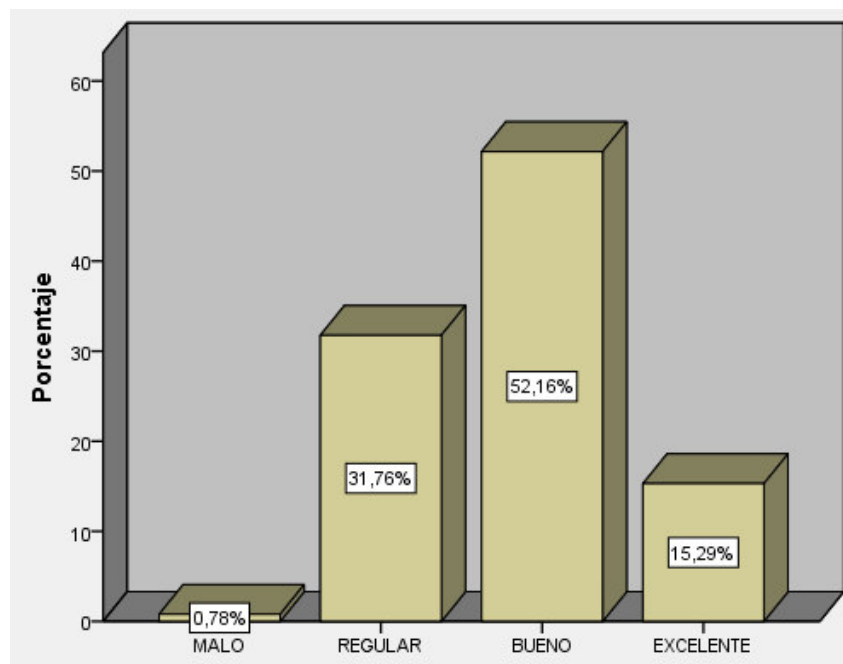


Figura 10. Nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta académica de la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM.

Interpretación.- En el gráfico observamos que el nivel de satisfacción de los alumnos en relación a la oferta académica de la Facultad de Ingeniería Industrial de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos es mala para 2 alumnos (0.78%), regular para 81 (31.76%), buena para 133 (52.16%) y finalmente, se obtuvo que para 39 alumnos (15.29%) el nivel es excelente. Es decir, que para el 67.45% de los alumnos la oferta académica brindada por la Facultad de Ingeniería Industrial es buena o excelente; por lo tanto, se concluye que existe un buen nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta académica: desarrollo profesional de los docentes y su desempeño en funciones administrativas.

4.3.3.- Análisis descriptivo del nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta administrativa: respecto a la atención y al servicio brindado en los procesos de matrícula y los trámites documentarios en la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM.

Hipótesis específica S(H2).

S(H2): Existe un buen nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta administrativa: respecto a la atención y al servicio brindado en los procesos de matrícula y los trámites documentarios en la Facultad.

S(H2)0: No existe un buen nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta administrativa: respecto a la atención y al servicio brindado en los procesos de matrícula y los trámites documentarios en la Facultad.

Tabla 6. *Nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta administrativa de la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	DEFICIENTE	2	,8	,8	,8
	MALO	33	12,9	12,9	13,7
	REGULAR	105	41,2	41,2	54,9
	BUENO	104	40,8	40,8	95,7
	EXCELENTE	11	4,3	4,3	100,0
	Total	255	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia.

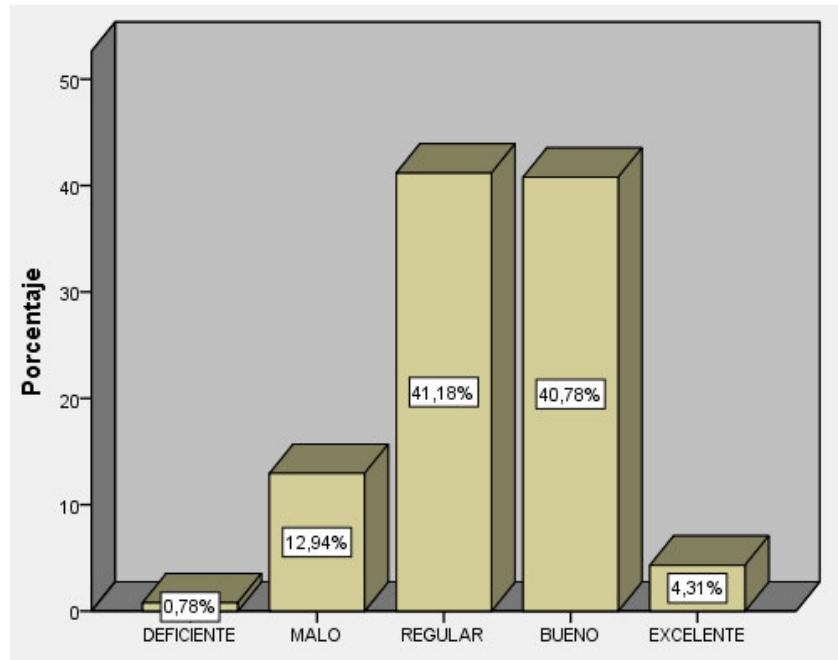


Figura 11. Nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta administrativa de la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM.

Interpretación.- Se visualiza que el nivel de satisfacción de los alumnos en relación a la oferta administrativa de la Facultad de Ingeniería Industrial de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos es deficiente para 2 alumnos (0.78%), mala para 33 (12.94%), regular para 105 (41.18%), buena para 104 (40.78%) y finalmente, se obtuvo que para 11 alumnos (4.31%) el nivel es excelente. Es decir, que para el 45.09% de los alumnos la oferta administrativa brindada por la Facultad de Ingeniería Industrial es buena o excelente; por lo tanto, se concluye que existe un buen nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta administrativa: respecto a la atención y al servicio brindado en los procesos de matrícula y los trámites documentarios en la Facultad.

4.3.4.- Análisis descriptivo del nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta de infraestructura: referido a los ambientes de laboratorio, las aulas, al servicio de biblioteca y al auditorio de la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM.

Hipótesis específica S(H3).

S(H3): Existe un buen nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta de infraestructura: referido a los ambientes de laboratorio, las aulas, al servicio de biblioteca y al auditorio de la Facultad.

S(H3)0: No existe un buen nivel de satisfacción de los estudiantes, en relación a la oferta de infraestructura: referido a los ambientes de laboratorio, las aulas, al servicio de biblioteca y al auditorio de la Facultad.

Tabla 7. *Nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta de infraestructura de la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	MALO	3	1,2	1,2	1,2
	REGULAR	81	31,8	31,8	32,9
	BUENO	144	56,5	56,5	89,4
	EXCELENTE	27	10,6	10,6	100,0
	Total	255	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia.

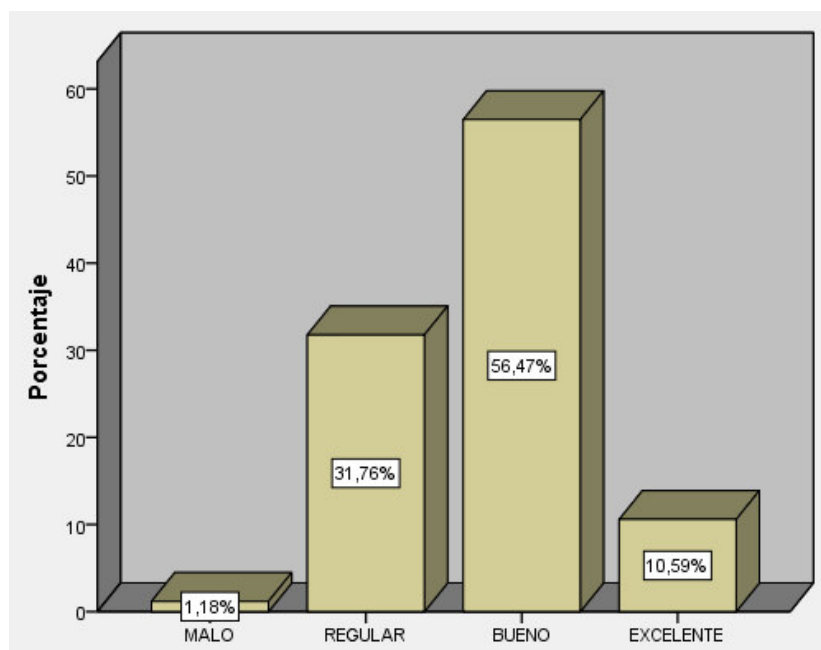


Figura 12. Nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta de infraestructura de la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM.

Interpretación.- Se visualiza que el nivel de satisfacción de los alumnos en relación a la oferta de infraestructura de la Facultad de Ingeniería Industrial de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos es mala para 3 alumnos (1.18%), regular para 81 (31.76%), buena para 144 (56.47%) y finalmente, se obtuvo que para 27 alumnos (10.59%) el nivel es excelente. Es decir, que para el 67.06% de los alumnos la oferta de infraestructura brindada por la Facultad de Ingeniería Industrial es buena o excelente; por lo tanto, se concluye que existe un buen nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta de infraestructura: referido a los ambientes de laboratorio, las aulas, al servicio de biblioteca y al auditorio de la Facultad.

4.3.5.- Análisis descriptivo del nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta de bienestar del estudiante: respecto a la atención y al servicio brindado por el CEUPS, OFAYOE, bolsa de trabajo y la panadería de la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM.

Hipótesis específica S(H4).

S(H4): Existe un buen nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta de bienestar del estudiante: respecto a la atención y al servicio brindado por el CEUPS, OFAYOE, bolsa de trabajo y la panadería de la Facultad.

S(H4)0: No existe un buen nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta de bienestar del estudiante: respecto a la atención y al servicio brindado por el CEUPS, OFAYOE, bolsa de trabajo y la panadería de la Facultad.

Tabla 8. *Nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta de bienestar del estudiante de la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	DEFICIENTE	2	,8	,8	,8
	MALO	7	2,7	2,7	3,5
	REGULAR	93	36,5	36,5	40,0
	BUENO	134	52,5	52,5	92,5
	EXCELENTE	19	7,5	7,5	100,0
	Total	255	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia.

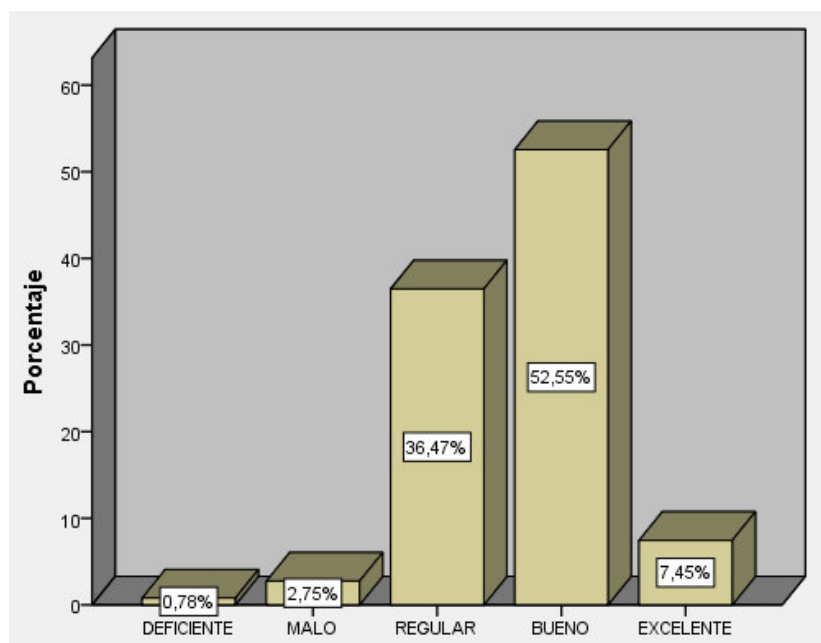


Figura 13. Nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta de bienestar del estudiante de la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM.

Interpretación.- Podemos observar que el nivel de satisfacción de los alumnos en relación a la oferta de bienestar del estudiante de la Facultad de Ingeniería Industrial de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos es deficiente para 2 alumnos (0.78%), mala para 7 (2.75%), regular para 93 (36.47%), buena para 134 (52.55%) y finalmente, se obtuvo que para 19 alumnos (7.45%) el nivel es excelente. Es decir, que para el 60% de los alumnos la oferta de bienestar del estudiante brindada por la Facultad de Ingeniería Industrial es buena o excelente; por lo tanto, se concluye que existe un buen nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta de bienestar del estudiante: respecto a la atención y al servicio brindado por el CEUPS, OFAYOE, bolsa de trabajo y la panadería de la Facultad.

4.4. Discusión de resultados

El primer aspecto a tener en cuenta está relacionado a las características del estudiante de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Tiene una preparación continua en la variedad de temas relacionados a la especialidad, cultura general y manejo de los lenguajes interactivos actuales, que lo ubican en el contexto universitario con un criterio amplio sobre sus necesidades y objetivos relacionados a su formación y futuro desempeño profesional.

Esta característica lo ubica en la Universidad con un criterio crítico, de búsqueda constante de las mejores opciones de aprendizaje, infraestructura, tecnología, buen trato del personal administrativo, mejores posibilidades de desempeño académico, entre los diferentes aspectos de los estándares de calidad que propone la Universidad y específicamente la Facultad de Ingeniería Industrial.

Tomando en cuenta lo anterior y luego de analizar y contrastar las hipótesis de la presente investigación, se realizaron las siguientes discusiones y apreciaciones que se presentan a continuación:

Para la hipótesis general, se encuentra que el nivel de satisfacción de los alumnos respecto a los servicios brindados por la Facultad de Ingeniería Industrial de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos es satisfactorio debido básicamente a que el 63.53% de los alumnos mencionaron que el nivel es bueno o excelente. Es importante señalar que el 1.57% de los alumnos indicaron que el nivel de los servicios brindados por la Facultad de Ingeniería Industrial es deficiente. Datos que concuerdan con la teoría científica estudiada.

Para la hipótesis específica del nivel de satisfacción de los alumnos en relación a la oferta académica de la Facultad de Ingeniería Industrial de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, se determinó un nivel satisfactorio en los alumnos, ya que el 67.45% de la muestra indicó que el nivel es bueno o excelente. Hay que indicar que solamente para el 0.78% de los alumnos el nivel de la oferta académica es deficiente. Resultados que concuerdan con la teoría científica estudiada.

Para la hipótesis específica de la oferta administrativa de la Facultad de Ingeniería Industrial de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, también se estableció un nivel satisfactorio en los alumnos, con la diferencia de que se obtuvo un menor porcentaje (45.09%), señalando que el nivel es bueno o excelente; así mismo, se encontró un 13.72% de alumnos quienes indicaron que la oferta administrativa tiene deficiencias.

Es importante señalar que la opinión expresada en la encuesta indica que este menor porcentaje de satisfacción de los alumnos se debe a las demoras en los procesos.

Estos aspectos concuerdan con la teoría científica empleada en la presente investigación.

Para la hipótesis específica respecto a la oferta de infraestructura de la Facultad de Ingeniería Industrial de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos se encontró un nivel satisfactorio en los alumnos, el 67.06% de ellos señalaron que el nivel es bueno o excelente. Hay que señalar que solamente el 1.18% de los alumnos indicaron que el nivel de la oferta de infraestructura es deficiente. Concordando con la teoría científica empleada en la presente investigación.

Finalmente, para la hipótesis específica referida a la oferta de bienestar del estudiante de la Facultad de Ingeniería Industrial de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos se alcanzó también un nivel satisfactorio en los alumnos, dado que el 60% de la muestra señaló que el nivel es bueno o excelente. Es importante mencionar que solamente para el 0.78% de los alumnos el nivel de la oferta de bienestar del estudiante es deficiente. Confirmándose la teoría empleada en la investigación.

4.5. Adopción de decisión

Se aceptan los resultados obtenidos que indican la satisfacción de los alumnos respecto a los servicios brindados por la Facultad de Ingeniería Industrial de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Igualmente se acepta los criterios cuantificados por las opiniones de la muestra estudiada, de la dimensión de administración que observa una menor satisfacción: específicamente de los diferentes procesos que involucra la gestión administrativa (matricula, trámites y gestiones diversas).

Es por ello, que la decisión determinada es la de realizar procesos de mejora continua en las cuatro dimensiones estudiadas: académica, administrativa, infraestructura y bienestar del estudiante, haciendo hincapié en la necesidad de un mayor detenimiento en los procesos administrativos. Igualmente, dotar de mayores herramientas a los alumnos con la finalidad de lograr mejores condiciones de desarrollo, tanto en lo personal como en lo profesional.

CONCLUSIONES

1.- Existe un buen nivel de satisfacción de los alumnos respecto a los servicios brindados por la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM; el 63.53% de los alumnos los calificó como bueno o excelente.

2.- En relación a la oferta académica: desarrollo profesional de los docentes y su desempeño en funciones administrativas, se determinó que existe un buen nivel de satisfacción de los alumnos calificándolo como bueno o excelente el 67.45% de ellos.

3.- Referido a la oferta administrativa: respecto a la atención y al servicio brindado en los procesos de matrícula y los trámites documentarios en la Facultad, se concluyó que existe un buen nivel de satisfacción de los alumnos considerándolo como bueno o excelente el 45.09% de ellos.

4.- El 67.06% de los alumnos señalaron que la oferta de infraestructura brindada por la Facultad de Ingeniería Industrial es buena o excelente; por lo tanto, se concluye que existe un buen nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta de infraestructura: referido a los ambientes

de laboratorio, las aulas, al servicio de biblioteca y al auditorio de la Facultad.

5.- Para la oferta de bienestar del educando: respecto a la atención y al servicio brindado por el CEUPS, OFAYOE, bolsa de trabajo y la panadería de la Facultad, existe un buen nivel de satisfacción de los alumnos, establecido por el 60% de los alumnos que indicaron que el nivel es bueno o excelente.

RECOMENDACIONES

- 1.- El buen nivel de satisfacción en opinión de los alumnos, de los servicios brindados por la Facultad, materia de esta investigación, debe desarrollar acciones que permitan la mejora continua que toda institución debe tener, como las coordinaciones periódicas de análisis y evaluación de la situación de la Facultad.
- 2.- Fortalecer la relación entre alumnos y docentes, en los niveles administrativos, académicos y de proyección social, realizando programas y proyectos en beneficio de la comunidad.
- 3.- Enfocar criterios de mejora en los procesos administrativos generales y de matrícula en forma específica, debido principalmente al demasiado tiempo que demanda; considerado el principal problema que anotan los alumnos.
- 4.- Es necesario generar señales preventivas del uso de la infraestructura de la Facultad para evitar inconvenientes como el ruido, desperdicios, la concentración masiva de alumnos, el deterioro, e inculcar una cultura de cuidado de los ambientes, muebles, equipos, etc. de la Facultad.
- 5.- Desarrollar un plan de acción que permita acoger un mayor número de alumnos que se matriculen en el CEUPS de la Facultad, permitiendo mejorar nuestro prestigio como Facultad acreditada y de extensión social en la capacitación del público en general. Asimismo, realizar convenios con empresas que puedan acoger a los alumnos de la Facultad en vías de una eficaz inserción laboral de los estudiantes, teniendo en cuenta el gran potencial que se posee.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ballou, R. H. (2004). Logística: Administración de la cadena de suministro (5a ed.). México: Pearson Educación.
- Bullón Villaizán, S. R. (2007). *La satisfacción estudiantil con la Calidad Educativa de la Universidad* (Tesis de Licenciatura). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima.
- Chopra, S. y Meindl, P. (2008). Administración de la Cadena de suministro (3a ed.). México: Pearson Educación.
- García Pantigozo, M., Yenque De Dios, J., y Ráez Guevara, L. (1999). Modelo de implementación de métodos modernos para mejorar la calidad de los servicios académicos administrativos en la Facultad de Ingeniería Industrial – U. N. M. S. M. *Industrial Data*, 2(1), 21-28.
- García Rada, J. F. (1996). El comportamiento humano en las organizaciones. Lima, Perú: Universidad del Pacífico.
- Gento Palacios, S. y Vivas García, M. (2003). El SEUE: Un instrumento para conocer la satisfacción de los estudiantes universitarios con su educación. *Acción Pedagógica*, 12(2), 16-27. Recuperado de

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2972060>

Hayes, B. E. (2002). Como medir la satisfacción del cliente. Barcelona, España: Gestión 2000.

Kerlinger, F. N. y Lee, H. B. (2002). Investigación del Comportamiento (4^a ed.). México, D. F.: Mc Graw – Hill / Interamericana Editores, S. A.

Kotler, P. (2001). Dirección de marketing (10a ed.). México: Pearson Educación.

Mabres, A. (1994). Problemas y perspectivas en las Universidades Peruanas. *Notas para el debate*, 12, 39-46.

Mejía, E., Ñaupas, H., Novoa, E. y Villagómez, A. (2014). Metodología de la investigación (4a ed.). Bogotá, Colombia: Ediciones de la U.

Montgomery, D. C. (2007). Control Estadístico de la Calidad (3a ed.). México: Limusa Wiley.

Muñoz Cantero, J. M., Ríos de Deus, M. P., y Abalde Paz, E. (2002). Evaluación Docente vs. Evaluación de la Calidad. *Revista Electrónica de Investigación y Evaluación Educativa (RELIEVE)*, 8(2), 103-134. Recuperado de

http://www.uv.es/RELIEVE/v8n2/RELIEVEv8n2_4.htm

Olea Bravo, E. A. (2009). *Análisis del grado de satisfacción de los estudiantes de la carrera de Ingeniería en Construcción* (Tesis de Licenciatura). Universidad Austral de Chile, Valdivia.

Pantouvakis, A. & Bouranta, N. (2013). The interrelationship between service features, job satisfaction and customer satisfaction.

Traducción propia. Recuperado de

<https://www.deepdyve.com/lp/emerald-publishing/the-interrelationship-between-service-features-job-satisfaction-and-fZWaN0Da0A>

Poirier, Ch. C. (2001). Administración de cadenas de aprovisionamiento. México: Oxford University Press.

Robbins, S. P. (1987). Comportamiento organizacional (3a ed). México: Prentice - Hall Hispanoamericana.

Robbins, S. P., y Coulter, M. (2014). Administración (12a ed). México: Pearson Educación.

Rodríguez Ozuna, P. A., y Chávez Durán, J. E. (2009). *Factores institucionales asociados a la satisfacción del estudiante de arquitectura de la Universidad Tecnológica de El Salvador* (Tesis de Maestría). Universidad Tecnológica de El Salvador, San Salvador.

Spreng, R., Shi, H. & Page, T. (2009). Service quality and satisfaction in business-to-business services. Traducción propia. Recuperado de

<http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/08858620910999411>

Urure Velazco, I. N., Campos Soto, R., Ventura Miranda, C. T., Curasi Gómez, O. H. H., y Gómez Acharte, L. B. (2014). Satisfacción de los estudiantes con la calidad de enseñanza de los docentes de la Facultad de Enfermería de la Universidad Nacional “San Luis Gonzaga” de Ica, Octubre 2013 – Octubre 2014. *Revista Enfermería a la Vanguardia*, 2(2), 127-134. Recuperado de

<http://www.unica.edu.pe/alavanguardia/index.php/revan/article/view/45/45>

Valenzuela Rettig, A. C., y Requena Magallanes, C. M. (2006). *Grado de Satisfacción que perciben los estudiantes de Pregrado de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Austral de Chile, respecto a los métodos de enseñanza y aprendizaje utilizados, evaluaciones, organización de carreras, equipo docente e infraestructura de dicha Facultad* (Tesis de Licenciatura). Universidad Austral de Chile, Valdivia.

Watson Vega, V. (2013). *El nivel de satisfacción con la Calidad Educativa percibida por estudiantes de un programa de psicología* (Tesis de Licenciatura). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima.

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de análisis del problema.

Anexo 2. Matriz de consistencia.

Anexo 3. Prueba piloto.

Anexo 4. Cuestionario para estimar la Satisfacción de los Estudiantes Universitarios con la Educación (Gento y Vivas, 2003).

Anexo 5. Confiabilidad de Cronbach.

Anexo 6. Instrumento Final de recolección de datos.

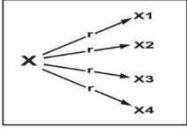
Anexo 7. Tablas y gráficos.

Anexo 1. Matriz de análisis del problema.

PROBLEMA	VARIABLE	DIMENSIONES	INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS	CATEGORÍAS DE ANÁLISIS
¿Cuál es el nivel de satisfacción de los alumnos respecto a los servicios brindados por la Facultad de Ingeniería Industrial de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos?	(X):Satisfacción del alumno	(X1): Oferta académica	<p>El cuestionario se basó en las dimensiones generales de calidad del servicio, tal y como las presentaron Kennedy y Young (1989), citado por Bob E. Hayes y el cuestionario para estimar la satisfacción de los estudiantes universitarios con la educación de Gento y Vivas(2003); las cuales, se adaptaron a la presente investigación.</p> <p>Los ítems reflejan cada una de las cuatro dimensiones de calidad.</p> <p>Se desarrollo la prueba piloto para lograr el nivel de confiabilidad</p> <p>Para la validación del instrumento se utilizó el estadístico de confiabilidad Alfa de Crombach</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Óptima satisfacción del alumno. - Óptima oferta académica. - Óptima oferta administrativa. - Óptima oferta de infraestructura. - Óptima oferta de bienestar del estudiante. - Rapidez en el servicio. - Tiempo de procesos oportunos. - Calidad en el servicio.
		(X2):Oferta administrativa		
		(X3):Oferta de infraestructura		
		(X4):Oferta de Bienestar del estudiante		

Anexo 2. Matriz de consistencia.

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS
<p>PROBLEMA GENERAL</p> <p>P (G) ¿Cuál es el nivel de satisfacción de los alumnos respecto a los servicios brindados por la Facultad de Ingeniería Industrial de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos?</p> <p>P(E) PROBLEMAS ESPECÍFICOS:</p> <p>Pe1 ¿Cuál es el nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta académica: desarrollo profesional de los docentes y el desempeño en funciones administrativas?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL.</p> <p>O(G) Medir el nivel de satisfacción de los alumnos respecto a los servicios brindados por la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p> <p>Oe1 Medir el nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta académica: desarrollo profesional de los docentes y su desempeño en funciones administrativas.</p>	<p>HIPÓTESIS GENERAL</p> <p>H(G): Existe un buen nivel de satisfacción de los estudiantes respecto a los servicios brindados por la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM.</p> <p>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS</p> <p>He1 Existe un buen nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta académica: desarrollo profesional de los docentes y su desempeño en funciones administrativas.</p>	<p>VARIABLE</p> <p>(X): Satisfacción del alumno.</p> <p>DIMENSIONES</p> <p>(X1): Oferta académica</p> <p>(X2): Oferta administrativa</p> <p>(X3): Oferta de Infraestructura</p> <p>(X4): Oferta de Bienestar del estudiante.</p>	<p>CRITERIOS</p> <p>El inventario de la variable se efectuó en un solo momento, por lo que se la define como investigación transversal.</p> <p>La investigación es a su vez de tipo descriptiva.</p>	<p>El cuestionario se basó en las dimensiones generales de calidad del servicio, tal y como las presentaron Kennedy y Young (1989), citado por Hayes (2002) y el cuestionario para estimar la satisfacción de los estudiantes universitarios con la educación de Gento y Vivas(2003); las cuales, se adaptaron a la presente investigación. Los ítems reflejan cada una de las cuatro dimensiones de calidad.</p> <p>ACADÉMICO</p> <p>Presentación oportuna de los sílabos, desarrollo de los contenidos, uso de medios tecnológicos, dominio del curso, criterios de evaluación, estimulación hacia la investigación.</p> <p>ADMINISTRACIÓN</p> <p>Comodidad de atención, organización, horarios adecuados, respuesta rápida, tiempo de término de gestión oportuna, atención esmerada y profesional, calidad del trabajo final optima.</p>

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS
<p>Pe2 ¿Cuál es el nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta administrativa: respecto a la atención y al servicio brindado en los procesos de matrícula y los trámites documentarios en la Facultad?</p> <p>Pe3 ¿Cuál es el nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta de infraestructura: referido a los ambientes de laboratorio, aulas, servicio de la biblioteca y auditorio de la Facultad?</p> <p>Pe4 ¿Cuál es el nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta de bienestar del estudiante: respecto a la atención y el servicio brindado por el CEUPS, OFAYOE, bolsa de trabajo y la Panadería de la Facultad?</p>	<p>Oe2 Medir el nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta administrativa: respecto a la atención y al servicio brindado en los procesos de matrícula y los trámites documentarios en la Facultad.</p> <p>Oe3 Medir el nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta de infraestructura: referido a los ambientes de laboratorio, las aulas, al servicio de biblioteca y al auditorio de la Facultad.</p> <p>Oe4 Medir el nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta de bienestar del estudiante: respecto a la atención y al servicio brindado por el CEUPS, OFAYOE, bolsa de trabajo y la panadería de la Facultad.</p>	<p>He2 Existe un buen nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta administrativa: respecto a la atención y al servicio brindado en los procesos de matrícula y los trámites documentarios en la Facultad.</p> <p>He3 Existe un buen nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta de infraestructura: referido a los ambientes de laboratorio, las aulas, servicio de biblioteca y al auditorio de la Facultad.</p> <p>He4 Existe un buen nivel de satisfacción de los alumnos, en relación a la oferta de bienestar del estudiante: respecto a la atención y al servicio brindado por el CEUPS, OFAYOE, bolsa de trabajo y la panadería de la Facultad.</p>	<p>VARIABLE INTERVINIENTE:</p> <p>a. Edad b. Año de ingreso c. Género d. Idioma extranjero e. Colegio de procedencia f. Situación laboral</p>	<p>DISEÑO</p>  <p>$X = f(X1, X2, X3, X4)$ dependencia funcional, Satisfacción del alumno.</p> <p>X1, X2, X3, X4 = Cada una de las dimensiones observables.</p> <p>r = Es el nivel en cada una de las dimensiones estudiadas.</p> <p>X1 = Oferta académica X2 = Oferta administrativa X3 = Oferta de infraestructura X4 = Oferta de bienestar del estudiante</p>	<p>INFRAESTRUCTURA La áreas de estudio y traslado, tamaño, adecuación a las necesidades académicas, actualización en el equipamiento, mobiliario, biblioteca, laboratorios, equipos audiovisuales, conexión a internet.</p> <p>BIENESTAR DEL ESTUDIANTE Gestión del CEUPS y OFAYOE, niveles de comunicación, productos de calidad de la panadería, servicio y atención brindado por el restaurante, espacios para el consumo de los productos.</p>

Anexo 3. Prueba Piloto.



UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
SATISFACCIÓN DEL ALUMNO - ACADÉMICO
INFORMANTES: Alumnos de la Facultad de Ingeniería Industrial UNMSM 2014 - I

INSTRUCCIONES

A continuación encontrara un inventario que tiene como objetivo determinar su opinión sobre la satisfacción del cliente de la Institución , por lo que no existen respuestas buenas o malas, dicha información es completamente reservada, sólo para efectos de investigación, por lo que solicitamos responda todas las preguntas en forma real y de acuerdo a sus experiencias.

Esta escala esta relacionada a lo que más se acerca a su opinión en la siguiente proporción:

NO ESTOY EN ABSOLUTO DE ACUERDO = 1, ESTOY EN DESACUERDO = 2, NO ESTOY DE ACUERDO NI EN DESACUERDO = 3, ESTOY DE ACUERDO = 4, ESTOY MUY DE ACUERDO = 5

ITEM		ESCALA				
		1	2	3	4	5
1	El cumplimiento del plazo establecido para el desarrollo de los contenidos de cada curso es satisfactoria.					
2	La presentación y exposición del sílabo (propósito, objetivo, contenido, criterios de evaluación y bibliografía) al inicio de las clases fue satisfactoria.					
3	El desarrollo de las asignaturas respecto a la organización de los sílabos es coherente, actual, con el uso de las tecnologías de multimedia.					
4	La preparación, organización y estructura de las clases es coherente y eficiente.					
5	El dominio y actualización de los conocimientos del curso que enseña el docente es de alta calidad académica.					
6	La explicación de términos técnicos de la especialidad es adecuada y actualizada.					
7	La expresión en la exposición de los conceptos implicados en cada tema de los cursos es adecuada, técnica y actualizada.					
8	La adecuación y consistencia del uso de formas de evaluación establecidos al inicio del curso es técnica, específica, objetiva y actualizada.					
9	La relación de las evaluaciones con los contenidos de la asignatura es técnica, específica y actualizada.					
10	El juicio y la objetividad de los criterios de evaluación y calificación son acordes a la enseñanza en los cursos.					
11	El Docente respeta, y acepta las ideas diferentes a las suyas y la dignidad en su trato con los demás es cortés y profesional.					
12	La estimulación hacia el interés por los cursos, la participación en clase y la investigación es estimulada permanentemente por los docentes.					

GRACIAS POR SU PARTICIPACIÓN



UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
SATISFACCIÓN DEL ALUMNO - ADMINISTRACIÓN
INFORMANTES: Alumnos de la Facultad de Ingeniería Industrial UNMSM 2014 - I

INSTRUCCIONES

A continuación encontrará un inventario que tiene como objetivo determinar su opinión sobre la satisfacción del cliente de la Institución, por lo que no existen respuestas buenas o malas, dicha información es completamente reservada, sólo para efectos de investigación, por lo que solicitamos responda todas las preguntas en forma real y de acuerdo a sus experiencias.

Esta escala está relacionada a lo que más se acerca a su opinión en la siguiente proporción:

NO ESTOY EN ABSOLUTO DE ACUERDO = 1, ESTOY EN DESACUERDO = 2, NO ESTOY DE ACUERDO NI EN DESACUERDO = 3, ESTOY DE ACUERDO = 4, ESTOY MUY DE ACUERDO = 5

ITEM	ESCALA				
	1	2	3	4	5
1 Las atenciones administrativas están instituidas.					
2 Las horas de atención en las oficinas administrativas son adecuadas.					
3 Pude obtener ayuda del personal administrativo, siempre que la necesité.					
4 Pude concertar unas horas de reunión, apropiadas, con el personal administrativo.					
5 El personal administrativo respondió rápidamente, cuando requerí ayuda.					
6 El personal administrativo terminó sus responsabilidades en el tiempo establecido.					
7 El personal administrativo se comportó de una forma profesional.					
8 El personal administrativo escuchaba mi problema.					
9 El personal administrativo ahondó en el problema que tenía.					
10 Estoy satisfecho del modo en que el personal administrativo me trató.					
11 La calidad del trabajo final que el personal administrativo realizó, es alta.					
12 El personal administrativo resolvió mi situación, duda o inquietud de manera eficiente.					



UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
SATISFACCIÓN DEL ALUMNO - INFRAESTRUCTURA
INFORMANTES: Alumnos de la Facultad de Ingeniería Industrial UNMSM 2014 - I

INSTRUCCIONES

A continuación encontrara un inventario que tiene como objetivo determinar su opinión sobre la satisfacción del cliente de la Institución , por lo que no existen respuestas buenas o malas, dicha información es completamente reservada, sólo para efectos de investigación, por lo que solicitamos responda todas las preguntas en forma real y de acuerdo a sus experiencias.

Esta escala esta relacionada a lo que más se acerca a su opinión en la siguiente proporción:

NO ESTOY EN ABSOLUTO DE ACUERDO = 1, ESTOY EN DESACUERDO = 2, NO ESTOY DE ACUERDO NI EN DESACUERDO = 3, ESTOY DE ACUERDO = 4, ESTOY MUY DE ACUERDO = 5

ITEM		ESCALA				
		1	2	3	4	5
1	El tamaño de los ambientes de clases son los adecuados.					
2	La iluminación y ventilación en los ambientes de clases son los apropiadas.					
3	El mobiliario de las aulas teóricas es el adecuado.					
4	El equipamiento audiovisual en las aulas de clases es el adecuado (Pc, multimedia, proyector).					
5	La conexión a internet para el trabajo en aulas de clase es apropiado y oportuno.					
6	El ambiente de la biblioteca es amplio y cómodamente iluminado.					
7	El tamaño de los laboratorios son los adecuados.					
8	La iluminación y ventilación de los laboratorios son los apropiados.					
9	La cantidad de laboratorios son los suficientes.					
10	El mobiliario de los laboratorios es el adecuado.					
11	El equipamiento audiovisual en los laboratorios es el adecuado (multimedia, proyector).					
12	La conexión a internet para el trabajo en los laboratorios es apropiado y oportuno.					



UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
SATISFACCIÓN DEL ALUMNO - BIENESTAR DEL EDUCANDO
INFORMANTES: Alumnos de la Facultad de Ingeniería Industrial UNMSM 2014 - I

INSTRUCCIONES

A continuación encontrara un inventario que tiene como objetivo determinar su opinión sobre la satisfacción del cliente de la Institución , por lo que no existen respuestas buenas o malas, dicha información es completamente reservada, sólo para efectos de investigación, por lo que solicitamos responda todas las preguntas en forma real y de acuerdo a sus experiencias.

Esta escala esta relacionada a lo que más se acerca a su opinión en la siguiente proporción:

NO ESTOY EN ABSOLUTO DE ACUERDO = 1, ESTOY EN DESACUERDO = 2, NO ESTOY DE ACUERDO NI EN DESACUERDO = 3, ESTOY DE ACUERDO = 4, ESTOY MUY DE ACUERDO = 5

ITEM	ESCALA				
	1	2	3	4	5
1 Los cursos del CEUPS cumplen mis expectativas de desarrollo profesional.					
2 Las fechas programadas para el inicio de los cursos del CEUPS empiezan oportunamente.					
3 Pude obtener apoyo del personal de bienestar cuando lo requerí.					
4 El personal de bienestar acudió prontamente cuando requerí apoyo.					
5 El personal de bienestar indagó sobre el problema que tenía.					
6 Estoy satisfecho en la forma que bienestar me atendió.					
7 El personal de bienestar aclaró la situación problemática de manera adecuada.					
8 Las oportunidades laborales son promovidas adecuadamente.					
9 Las oportunidades laborales están actualizadas.					
10 Los productos de la panadería tienen buena calidad.					
11 La atención del personal de la panadería es adecuada.					
12 Los servicios del restaurant tienen buena calidad.					

GRACIAS POR SU PARTICIPACIÓN

Anexo 4. Cuestionario para estimar la Satisfacción de los Estudiantes Universitarios con la Educación (Gento y Vivas, 2003).

Marca con una "X" la opción que mejor recoge tu valoración, de acuerdo a la siguiente escala:

Totalmente Insatisfecho	Poco Satisfecho	Satisfecho	Bastante Satisfecho	Muy Satisfecho
1	2	3	4	5

I. Condiciones básicas de infraestructura					
1. Limpieza de las instalaciones	1	2	3	4	5
2. Ventilación de las aulas	1	2	3	4	5
3. Aislamiento de los ruidos	1	2	3	4	5
4. Comodidad del mobiliario	1	2	3	4	5
5. Espacios para la enseñanza (aulas, laboratorios)	1	2	3	4	5
6. Espacios para el estudio	1	2	3	4	5
7. Instalaciones sanitarias	1	2	3	4	5
8. Disponibilidad de agua potable	1	2	3	4	5
9. Espacios para el descanso	1	2	3	4	5
10. Espacios para la recreación	1	2	3	4	5
11. Instalaciones de biblioteca	1	2	3	4	5
12. Instalaciones del comedor	1	2	3	4	5
13. Instalaciones deportivas	1	2	3	4	5
II. Servicios de la Institución					
14. Servicio bibliotecario (atención al usuario)	1	2	3	4	5
15. Dotación de la biblioteca (cantidad de los libros y revistas)	1	2	3	4	5
16. Oficina de Registro y Control Estudiantil	1	2	3	4	5
17. Proceso de admisión e inscripción	1	2	3	4	5
18. Acceso a computadoras para realizar trabajos académicos	1	2	3	4	5
19. Acceso a Internet y correo electrónico	1	2	3	4	5
20. Servicio de reproducción y fotocopiado	1	2	3	4	5
21. Higiene de los alimentos en el comedor	1	2	3	4	5
22. Cantidad de alimentos ofrecidos	1	2	3	4	5
23. Calidad de alimentación	1	2	3	4	5
24. El apoyo que brinda el Centro de Estudiantes	1	2	3	4	5
25. Servicio Médico – Odontológico	1	2	3	4	5
26. Transporte	1	2	3	4	5
III. Condiciones de seguridad					
27. Del edificio (Salidas de Emergencia, existencia de extintores)	1	2	3	4	5
28. Del mobiliario (Sin aristas peligrosas, materiales rompibles o inflamables)	1	2	3	4	5
29. Del transporte (Del vehículo, de la ruta)	1	2	3	4	5
30. De las zonas de esparcimiento	1	2	3	4	5
31. De las instalaciones deportivas	1	2	3	4	5
32. De los alrededores de la institución	1	2	3	4	5

IV. Consideración a su situación económica en					
33. Las actividades académicas	1	2	3	4	5
34. Las actividades extracátedras	1	2	3	4	5
35. El servicio del comedor	1	2	3	4	5
36. El servicio de transporte	1	2	3	4	5
37. Los servicios médicos – asistenciales	1	2	3	4	5
38. La asignación de becas	1	2	3	4	5
39. La adquisición de materiales de estudio	1	2	3	4	5
V. Seguridad emocional por el trato afectuoso de					
40. Sus profesores	1	2	3	4	5
41. Sus compañeros de grupo	1	2	3	4	5
42. Los otros alumnos de la universidad	1	2	3	4	5
43. Las autoridades de la universidad	1	2	3	4	5
44. El personal administrativo	1	2	3	4	5
45. El personal de la biblioteca	1	2	3	4	5
46. El personal del comedor	1	2	3	4	5
47. El personal del servicio médico	1	2	3	4	5
VI. Sentido de pertenencia a la Institución y al grupo de clase, por la aceptación de					
48. Las autoridades	1	2	3	4	5
49. Los Jefes de Departamentos	1	2	3	4	5
50. Los profesores	1	2	3	4	5
51. El personal administrativo	1	2	3	4	5
52. El personal de servicios	1	2	3	4	5
53. Los compañeros de clase	1	2	3	4	5
54. El contexto social por ser estudiante de la institución	1	2	3	4	5
55. Consideración y respeto a sus ideas y propuestas en el aula	1	2	3	4	5
56. Representación en las diversas instancias de la institución	1	2	3	4	5
57. Participación en las políticas y proyectos institucionales	1	2	3	4	5
VII. Proceso de enseñanza y aprendizaje					
58. El plan de estudios de la carrera	1	2	3	4	5
59. El contenido de las asignaturas	1	2	3	4	5
60. El régimen de estudios (anual/semestral)	1	2	3	4	5
61. Proceso de admisión e inscripción	1	2	3	4	5
62. Los materiales impresos y audiovisuales disponibles	1	2	3	4	5
63. Dominio de los contenidos y actualización de los profesores	1	2	3	4	5
64. El nivel de exigencia	1	2	3	4	5
65. El sistema de evaluación	1	2	3	4	5
66. La orientación y apoyo de los profesores en las horas de consulta	1	2	3	4	5
67. La metodología de enseñanza	1	2	3	4	5
68. La comunicación con los profesores en el aula	1	2	3	4	5
69. La formación práctica	1	2	3	4	5
70. La vinculación con los futuros centros de trabajo	1	2	3	4	5
71. La vinculación con el contexto nacional regional	1	2	3	4	5
72. La asistencia a clase de los profesores	1	2	3	4	5
73. El acceso a las diversas manifestaciones culturales (teatro, cine, conciertos)	1	2	3	4	5
74. Los cursos extracátedras para optimizar su formación	1	2	3	4	5

75. Incorporación de las nuevas tecnologías a la enseñanza	1	2	3	4	5
76. El servicio de asistencia y asesoramiento psicológico	1	2	3	4	5
VIII. Logros personales					
77. Con los resultados o calificaciones obtenidas	1	2	3	4	5
78. Con los conocimientos adquiridos	1	2	3	4	5
79. Con el dominio de técnicas de estudio y trabajo intelectual alcanzadas	1	2	3	4	5
80. Con la formación ciudadana obtenida (valores desarrollados)	1	2	3	4	5
81. Con las habilidades y destrezas para el trabajo docente desarrolladas	1	2	3	4	5
82. Con el desarrollo integral de su persona	1	2	3	4	5
IX. Reconocimiento del éxito personal por parte de					
83. La institución y sus autoridades	1	2	3	4	5
84. Los profesores	1	2	3	4	5
85. Los alumnos de su grupo	1	2	3	4	5
86. Los demás alumnos de la universidad	1	2	3	4	5
87. El contexto social	1	2	3	4	5
X. Autorrealización por					
88. Poder hacer lo que verdaderamente quiere y está en capacidad de hacer	1	2	3	4	5
89. Saber que cada día va adquiriendo mayores conocimientos y destreza	1	2	3	4	5
90. La libertad de que goza en la institución	1	2	3	4	5
91. La autonomía de que goza en la realización de sus trabajos	1	2	3	4	5
92. El desarrollo de su creatividad	1	2	3	4	5
93. Su futuro profesional	1	2	3	4	5

Anexo 5. Confiabilidad de Cronbach.

58 Indicadores (N = 255)			Alfa = 0,954		
Indicadores	Media	Desviación estándar	Indicadores	Media	Desviación estándar
P1	3,15	0,923	P30	2,97	1,040
P2	3,15	0,903	P31	2,78	1,056
P3	3,18	0,835	P32	2,81	0,938
P4	3,40	0,858	P33	2,81	1,052
P5	3,58	0,883	P34	2,78	1,076
P6	3,40	0,990	P35	3,02	1,017
P7	3,51	0,855	P36	2,59	1,064
P8	3,42	0,847	P37	2,65	1,039
P9	3,44	0,805	P38	2,75	1,060
P10	3,46	0,863	P39	2,83	0,977
P11	3,54	0,929	P40	2,89	0,970
P12	3,41	0,896	P41	3,10	0,854
P13	3,75	0,860	P42	2,90	0,912
P14	3,68	0,802	P43	2,98	0,911
P15	3,61	0,866	P44	3,28	0,872
P16	3,58	0,901	P45	3,44	0,881
P17	3,69	0,834	P46	3,41	0,808
P18	2,82	1,162	P47	3,38	0,847
P19	2,68	1,149	P48	3,37	0,802
P20	2,81	1,166	P49	3,42	0,828
P21	3,12	0,919	P50	2,91	0,980
P22	3,24	0,984	P51	2,96	0,959
P23	3,39	0,898	P52	3,21	0,915
P24	2,98	0,976	P53	3,35	0,980
P25	3,38	0,883	P54	3,19	0,959
P26	3,51	0,846	P55	3,00	1,008
P27	3,07	1,164	P56	2,90	1,026
P28	3,43	0,866	P57	2,93	1,076
P29	3,05	1,015	P58	3,13	0,991

Anexo 6. Instrumento Final de recolección de datos.



UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS UNIVERSIDAD DEL PERÚ DECANA DE AMÉRICA

SATISFACCIÓN DEL ALUMNO

--	--

INSTRUCCIONES

Buenos días / buenas tardes, estamos realizando una investigación con el propósito de conocer su opinión acerca de SATISFACCIÓN DEL ALUMNO. A continuación encontrará un inventario que tiene como objetivo determinar su opinión sobre este tema, por lo que no existen respuestas buenas o malas, dicha información es completamente reservada, sólo para efectos de investigación, la información que usted nos proporcione será manejada confidencialmente y en forma global. por lo que solicitamos responda todas las preguntas en forma real y de acuerdo a sus experiencias.

Esta escala esta relacionada a lo que más se acerca a su opinión en la siguiente proporción:

ESTOY EN TOTAL DES ACUERDO = 1, NO ESTOY DE ACUERDO = 2, NO ESTOY DE ACUERDO NI EN DESACUERDO = 3, ESTOY DE ACUERDO = 4, ESTOY MUY DE ACUERDO = 5

ACADÉMICA		ESCALA				
		1	2	3	4	5
1	La cursos teóricos, son actualizados y oportunos.					
2	La cursos prácticos, son actualizados y oportunos.					
3	Los cursos teóricos prácticos relacionados con experiencias de trabajo, de la Carrera profesional, son actualizados y oportunos.					
4	El cumplimiento del plazo establecido para el desarrollo de los contenidos de cada curso es satisfactoria.					
5	La presentación y exposición del sílabo (proposito, objetivo, contenido, criterios de evaluación y bibliografía) al inicio de las clases fue satisfactoria.					
6	El desarrollo de las asignaturas respecto a la organización de los sylabo es coherente, actual, con el uso de las tecnologías de multimedia e internet.					
7	El dominio y actualización de los conocimientos del curso que enseña el docente es de alta calidad académica.					
8	La expresión en la exposición de los conceptos implicados en cada tema de los cursos es adecuada, técnica y actualizada.					
9	La adecuación y consistencia del uso de formas de evaluación establecidos al inicio del curso es técnica, específica, objetiva y actualizada.					
10	El juicio y la objetividad de los criterios de evaluación y calificación son acordes a la enseñanza en los cursos.					
11	El Docente respeta, y acepta las ideas diferentes a las suyas y la dignidad en su trato con los demas es cortés y profesional.					
12	La motivación hacia el interés por los cursos, la participación en clase y la investigación es estimulada permanentemente por los docentes.					

ADMINISTRACIÓN		ESCALA				
		1	2	3	4	5
13	Los ambientes administrativos son espaciosos y cómodos para la atención del alumno.					
14	La atención en las oficinas administrativas se encuentra organizada.					
15	Los horarios de trabajo en las ofinas administrativas son los adecuados para la atención.					
16	Pude obtener ayuda del personal administrativo, siempre que la necesité.					
17	Pude concertar unas horas de reunión, apropiadas, con el personal administrativo.					
18	El personal administrativo respondió rápidamente, cuando requerí ayuda.					
19	El personal administrativo termina su trabajo dentro del marco temporal establecido.					
20	El personal administrativo se comportó de una forma profesional.					
21	Al personal administrativo le importa lo que yo diga.					
22	El personal administrativo ahondó en el problema que tenía.					
23	Estoy satisfecho del modo en que el personal administrativo me trató.					
24	La calidad del trabajo final que el personal administrativo realizó, es alta.					
25	El personal administrativo resolvió mi situación, duda o inquietud de manera eficiente.					

INFRAESTRUCTURA		ESCALA				
		1	2	3	4	5
26	Los espacios físicos en la institución, son los apropiados.					
27	El tamaño de los ambientes de clases son los adecuados.					
28	La iluminación y ventilación en los ambientes de clases son los apropiadas.					
29	El mobiliario de las aulas teóricas es el adecuado.					
30	Los equipos audiovisuales en las aulas de clases son los adecuados (PC, multimedia).					
31	La conexión a internet para el trabajo en aulas de clase es apropiado y oportuno.					
32	El ambiente de la biblioteca es amplio y cómodamente iluminado.					
33	El mobiliario de la biblioteca es el adecuado.					
34	La bibliografía de la biblioteca es actualizada y especializada.					
35	El tamaño de los laboratorios son los adecuados.					
36	La iluminación y ventilación de los laboratorios son los apropiados.					
37	La cantidad de laboratorios son los suficientes.					
38	El mobiliario de los laboratorios es el adecuado.					
39	Los equipos audiovisuales en los laboratorios son los adecuados (multimedia, proyectores).					
40	La conexión a internet para el trabajo en los laboratorios es apropiado y oportuno.					

BIENESTAR DEL ESTUDIANTE		ESCALA				
Bienestar del educando se refiere al CEUPS, OFAYOE, bolsa de trabajo, panadería, cafetería.		1	2	3	4	5
41	Los cursos del CEUPS satisfacen mis necesidades para un mejor desarrollo profesional.					
42	Los canales de información sobre los cursos del CEUPS son los adecuados.					
43	El inicio de los cursos del CEUPS empieza en las fechas programadas.					
44	Los horarios de trabajo en las oficinas de OFAYOE son los adecuados para la atención.					
45	Pude obtener ayuda del personal de OFAYOE, siempre que la necesité.					
46	El personal de OFAYOE, respondió rápidamente cuando requerí ayuda.					
47	El personal de OFAYOE ahondó en el problema que tenía.					
48	Estoy satisfecho del modo en que el personal de OFAYOE me trató.					
49	El personal de OFAYOE resolvió mi situación, duda o inquietud de manera eficiente.					
50	Los canales de información de la bolsa de trabajo son los adecuados.					
51	La información proporcionada a través de la bolsa de trabajo es actualizada.					
52	Los productos brindados por la panadería de la Facultad son de calidad.					
53	Existe una variedad de productos de panadería.					
54	La atención prestada por el personal de la panadería de la Facultad es eficiente y oportuna.					
55	Los espacios para el consumo de los productos de la panadería son los adecuados.					
56	El servicio brindado por el restaurante de la Facultad es de calidad.					
57	La atención brindada por el restaurante de la Facultad es eficiente y oportuna.					
58	Los espacios para el consumo de los productos en el restaurante de la Facultad son los adecuados.					

DATOS DEMOGRÁFICOS

LUGAR DE NACIMIENTO					
EDAD		GÉNERO	M	F	AÑO DE INGRESO A LA UNIVERSIDAD
IDIOMA EXTRANJERO	A	NIVEL	(B) (I) (A)	B	NIVEL (B) (I) (A)
ESTADO CIVIL	SOLTERO <input type="radio"/>	CASADO <input type="radio"/>	CONVIVIENTE <input type="radio"/>	SEPARADO <input type="radio"/>	
COLEGIO DE PROCEDENCIA	NACIONAL <input type="radio"/>	PRIVADO <input type="radio"/>	PARROQUIAL <input type="radio"/>		
	DAMAS <input type="radio"/>	VARONES <input type="radio"/>	MIXTO <input type="radio"/>		
SÓLO ESTUDIA		TRABAJA Y ESTUDIA			

(B) Básico (I) Intermedio (A) Avanzado

GRACIAS POR SU PARTICIPACIÓN

Anexo 7. Tablas y gráficos.

Tabla 9. Estadísticos de las edades de los alumnos.

N	Válidos	255
	Perdidos	0
Media		22.61
Mediana		23.00
Moda		23
Desv. típ.		2.455
Asimetría		.766
Error típ. de asimetría		.153

Nota: Elaboración propia.

Tabla 10. Edades de los alumnos.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 18	6	2.4	2.4	2.4
19	17	6.7	6.7	9.0
20	23	9.0	9.0	18.0
21	46	18.0	18.0	36.1
22	35	13.7	13.7	49.8
23	49	19.2	19.2	69.0
24	28	11.0	11.0	80.0
25	23	9.0	9.0	89.0
26	10	3.9	3.9	92.9
27	11	4.3	4.3	97.3
28	4	1.6	1.6	98.8
29	1	.4	.4	99.2
33	2	.8	.8	100.0
Total	255	100.0	100.0	

Nota: Elaboración propia.

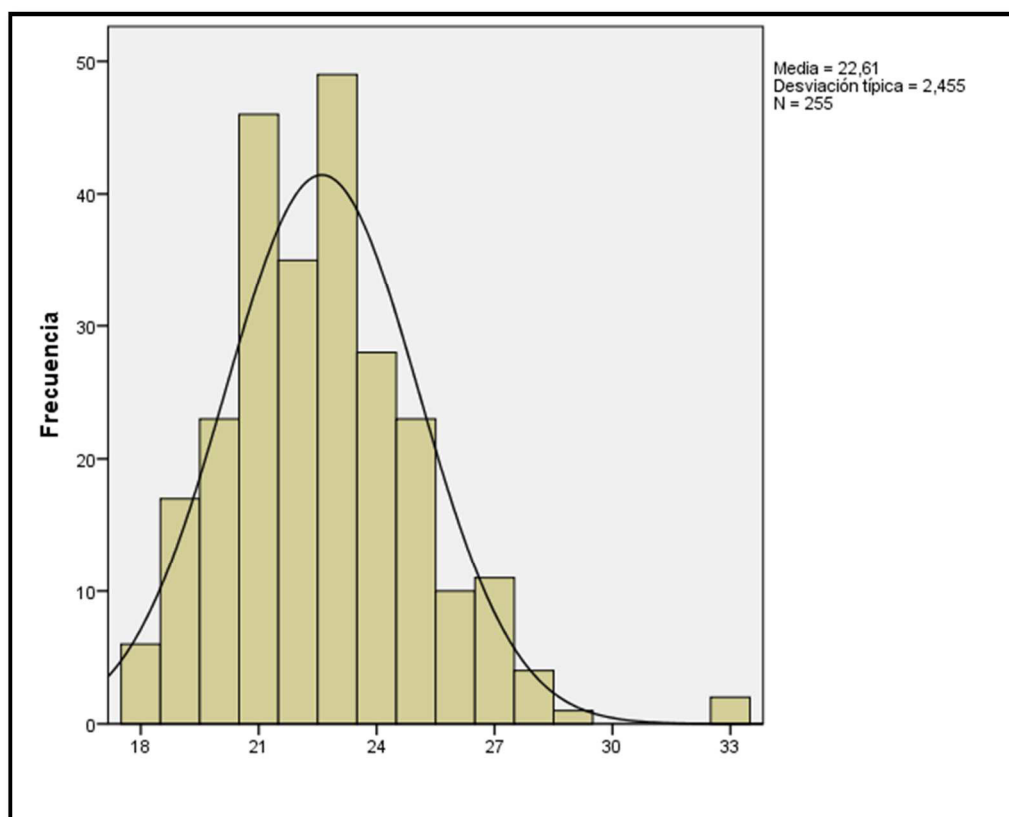


Figura 14. Histograma de las edades de los alumnos.

Tabla 11. Estadísticos de los años de ingreso de los alumnos.

N	Válidos	255
	Perdidos	0
Media		2010.35
Mediana		2010.00
Moda		2010
Desv. típ.		1.907
Asimetría		-.547
Error típ. de asimetría		.153

Nota: Elaboración propia.

Tabla 12. Años de ingreso de los alumnos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	2004	1	.4	.4	.4
	2005	3	1.2	1.2	1.6
	2006	10	3.9	3.9	5.5
	2007	6	2.4	2.4	7.8
	2008	10	3.9	3.9	11.8
	2009	40	15.7	15.7	27.5
	2010	69	27.1	27.1	54.5
	2011	50	19.6	19.6	74.1
	2012	26	10.2	10.2	84.3
	2013	35	13.7	13.7	98.0
	2014	5	2.0	2.0	100.0
	Total	255	100.0	100.0	

Nota: Elaboración propia.

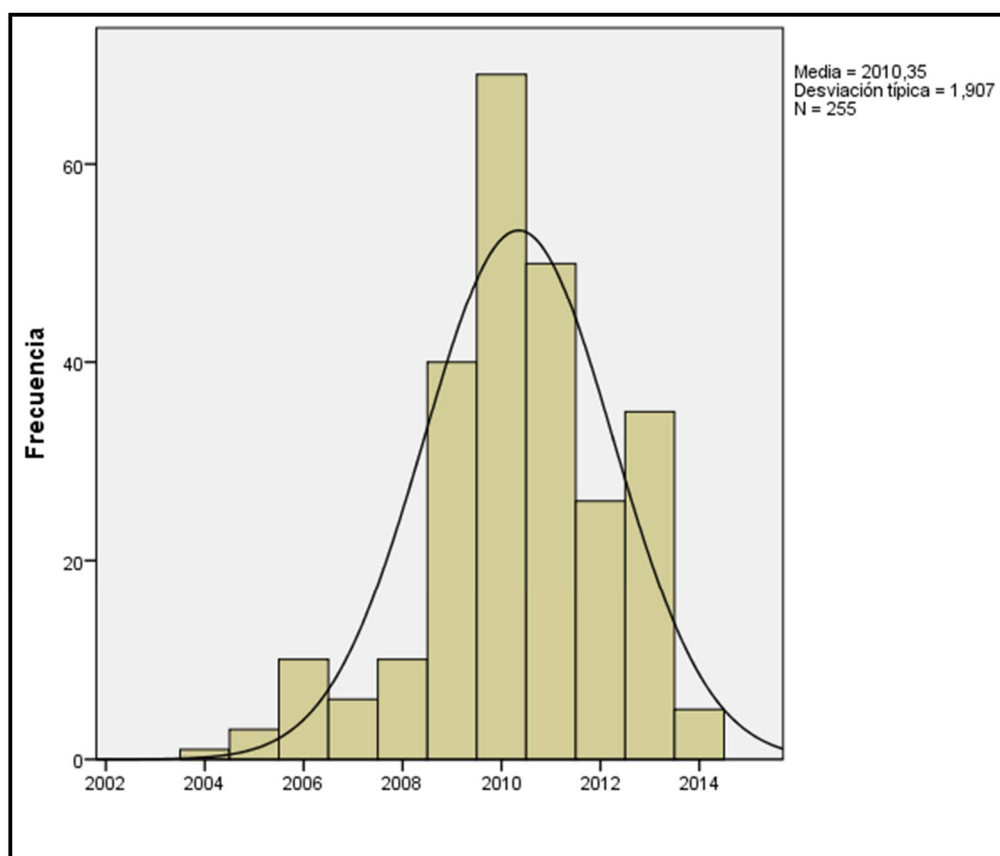


Figura 15. Histograma de los años de ingreso de los alumnos.

Tabla 13. *Género de los alumnos.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	FEMENINO	73	28.6	28.6	28.6
	MASCULINO	182	71.4	71.4	100.0
	Total	255	100.0	100.0	

Nota: Elaboración propia.

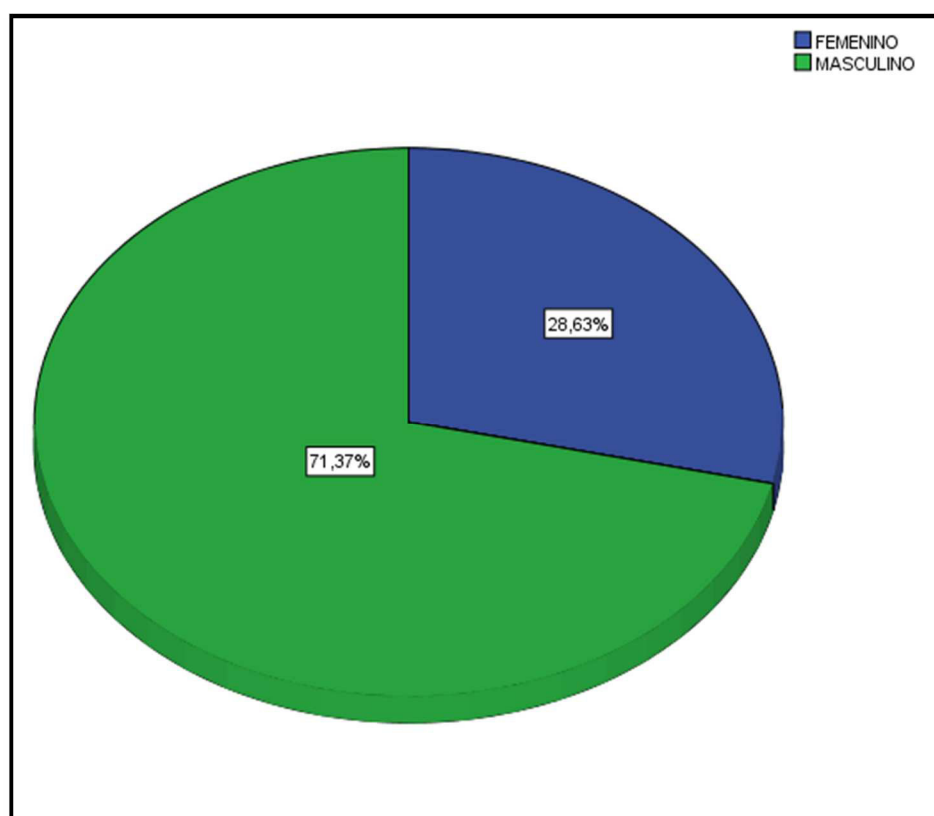


Figura 16. *Género de los alumnos.*

Tabla 14. Idioma extranjero aprendido por los alumnos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	INGLES BASICO	81	31.8	31.8	31.8
	INGLES INTERMEDIO	79	31.0	31.0	62.7
	INGLES AVANZADO	26	10.2	10.2	72.9
	ITALIANO BASICO	2	.8	.8	73.7
	NINGUNO	67	26.3	26.3	100.0
	Total	255	100.0	100.0	

Nota: Elaboración propia.

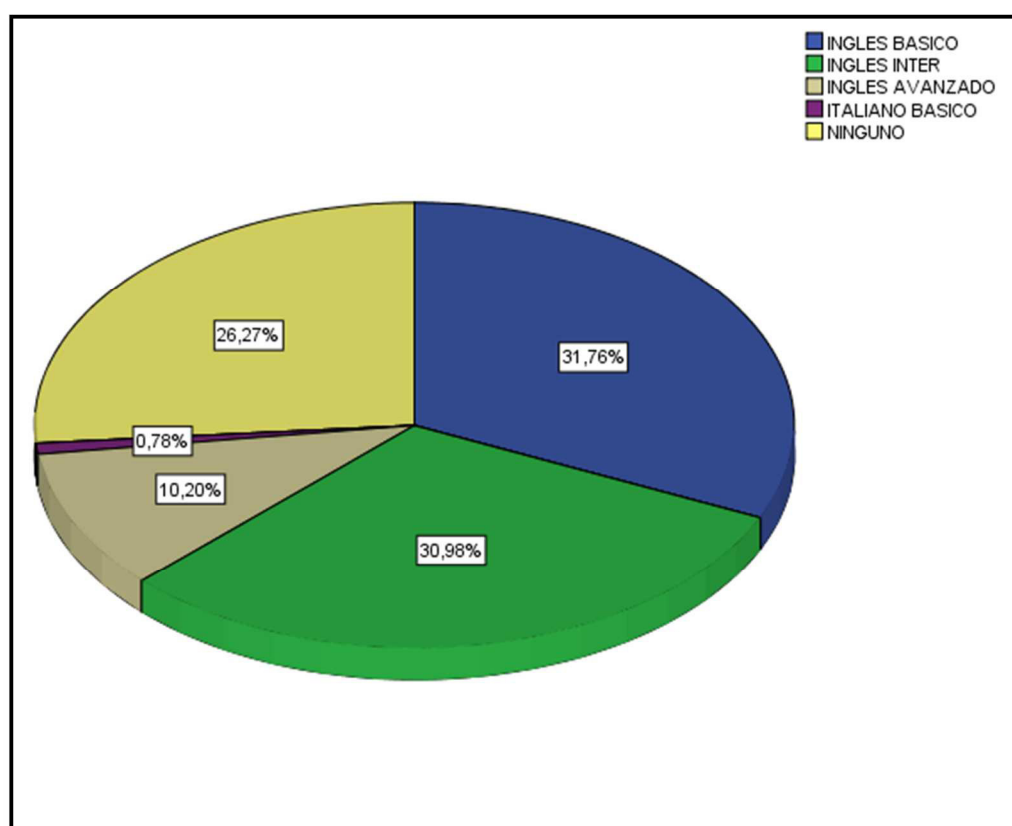


Figura 17. Idioma extranjero aprendido por los alumnos.

Tabla 15. Segundo idioma extranjero aprendido por los alumnos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	FRANCES INTERMEDIO	1	.4	9.1	9.1
	ITALIANO BASICO	1	.4	9.1	18.2
	PORTUGUES BASICO	4	1.6	36.4	54.5
	PORTUGUES INTERMEDIO	5	2.0	45.5	100.0
	Total	11	4.3	100.0	
Perdidos		244	95.7		
Total		255	100.0		

Nota: Elaboración propia.

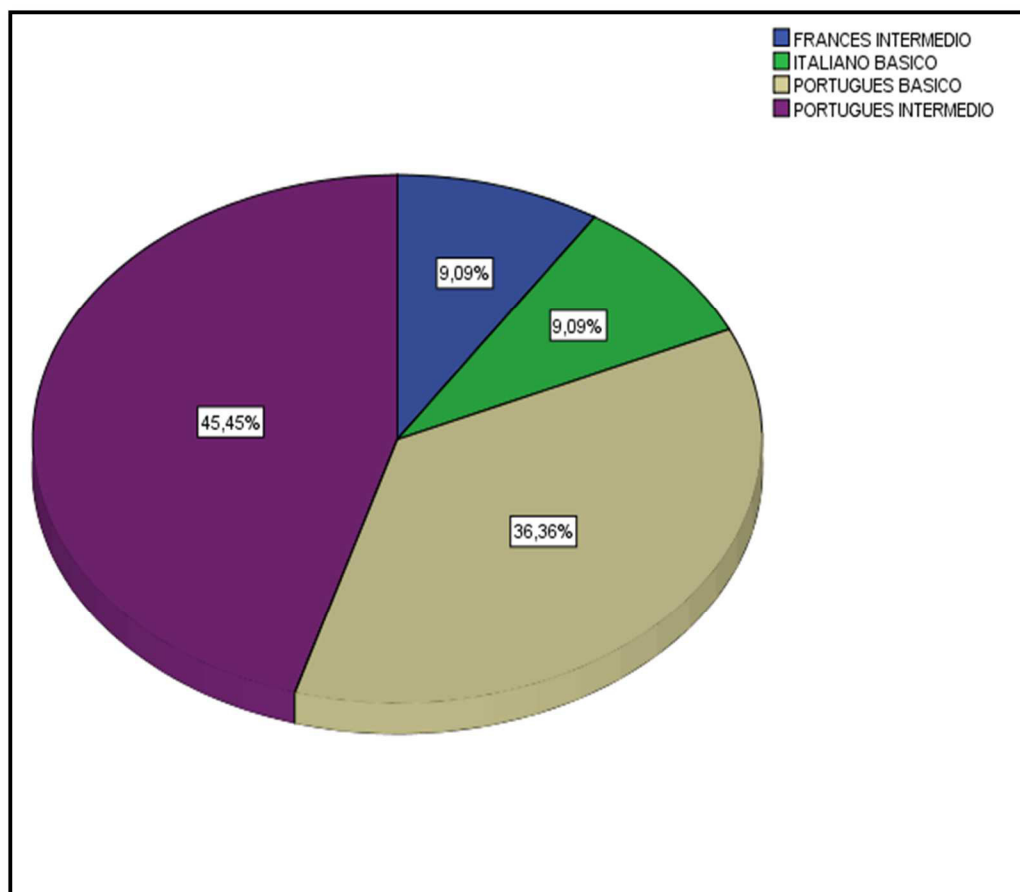


Figura 18. Segundo idioma extranjero aprendido por los alumnos.

Tabla 16. *Colegio de procedencia de los alumnos.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NACIONAL	101	39.6	39.6	39.6
	PRIVADO	144	56.5	56.5	96.1
	PARROQUIAL	10	3.9	3.9	100.0
	Total	255	100.0	100.0	

Nota: Elaboración propia.

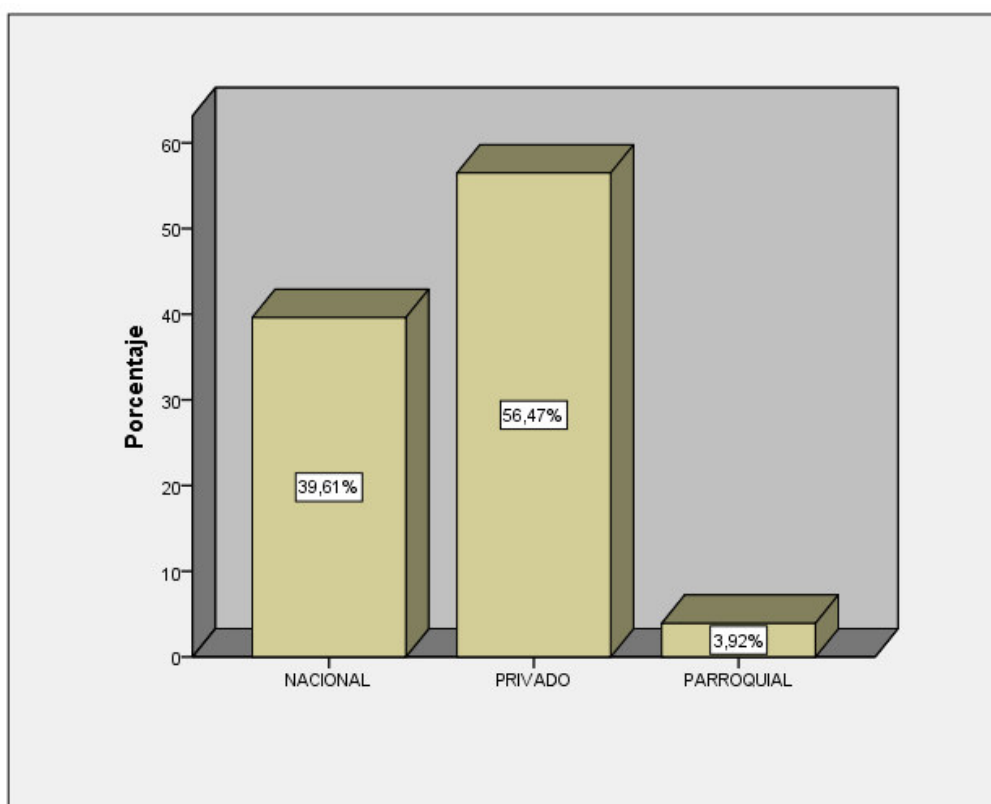


Figura 19. *Colegio de procedencia de los alumnos.*

Tabla 17. *Situación laboral de los alumnos.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	ESTUDIA Y TRABAJA	134	52.5	52.5	52.5
	SÓLO ESTUDIA	121	47.5	47.5	100.0
	Total	255	100.0	100.0	

Nota: Elaboración propia.

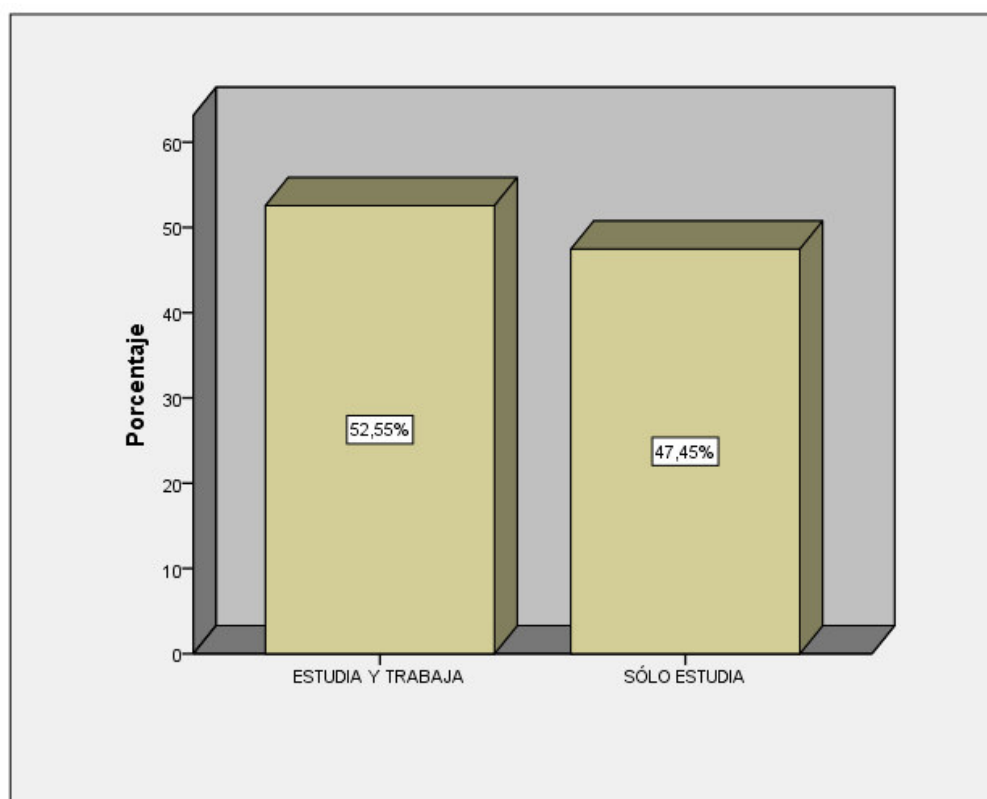


Figura 20. *Situación laboral de los alumnos.*

Tabla 18. CEUPS.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	DEFICIENTE	6	2.4	2.4	2.4
	MALO	33	12.9	12.9	15.3
	REGULAR	122	47.8	47.8	63.1
	BUENO	84	32.9	32.9	96.1
	EXCELENTE	10	3.9	3.9	100.0
	Total	255	100.0	100.0	

Nota: Elaboración propia.

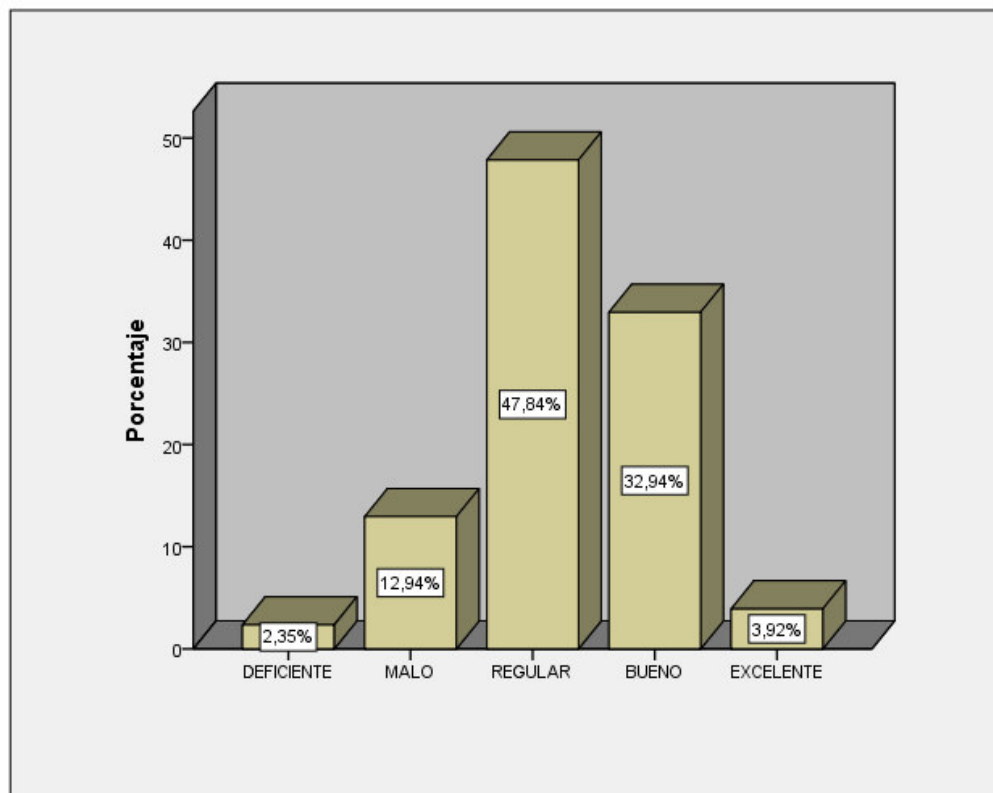


Figura 21. CEUPS.

Tabla 19. OFAYOE.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	DEFICIENTE	2	.8	.8	.8
	MALO	14	5.5	5.5	6.3
	REGULAR	77	30.2	30.2	36.5
	BUENO	132	51.8	51.8	88.2
	EXCELENTE	30	11.8	11.8	100.0
	Total	255	100.0	100.0	

Nota: Elaboración propia.

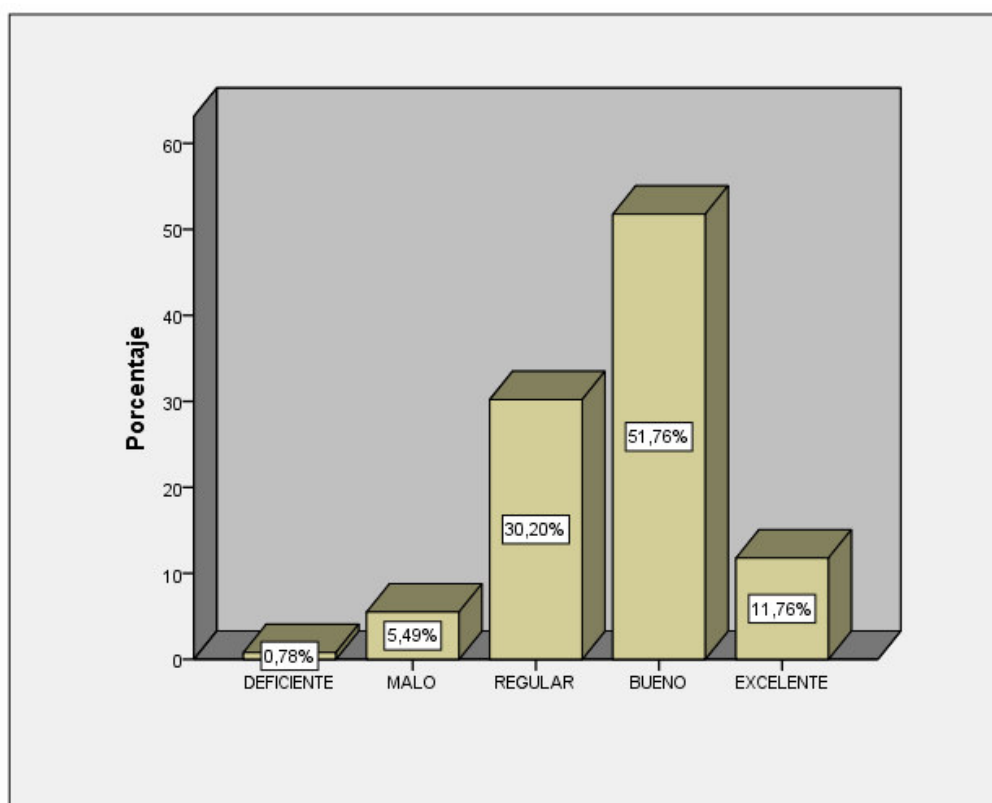


Figura 22. OFAYOE.

Tabla 20. Bolsa de trabajo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	DEFICIENTE	15	5.9	5.9	5.9
	MALO	45	17.6	17.6	23.5
	REGULAR	109	42.7	42.7	66.3
	BUENO	75	29.4	29.4	95.7
	EXCELENTE	11	4.3	4.3	100.0
	Total	255	100.0	100.0	

Nota: Elaboración propia.

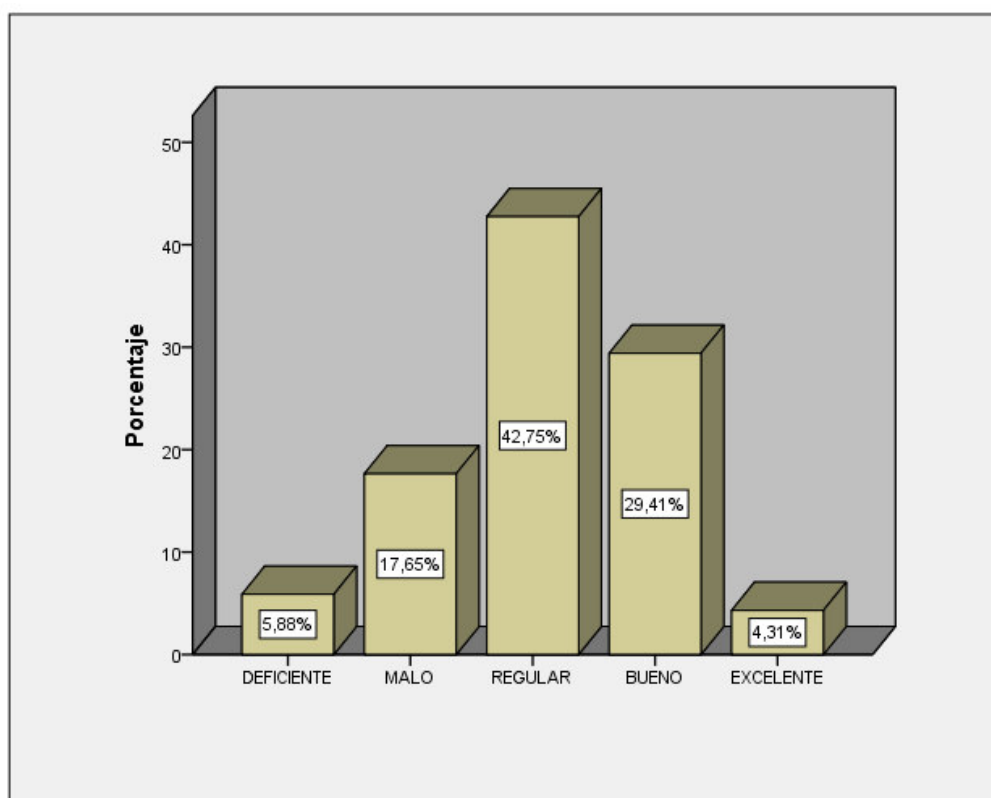


Figura 23. Bolsa de trabajo.

Tabla 21. Panadería.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	DEFICIENTE	4	1.6	1.6	1.6
	MALO	24	9.4	9.4	11.0
	REGULAR	91	35.7	35.7	46.7
	BUENO	114	44.7	44.7	91.4
	EXCELENTE	22	8.6	8.6	100.0
	Total	255	100.0	100.0	

Nota: Elaboración propia.

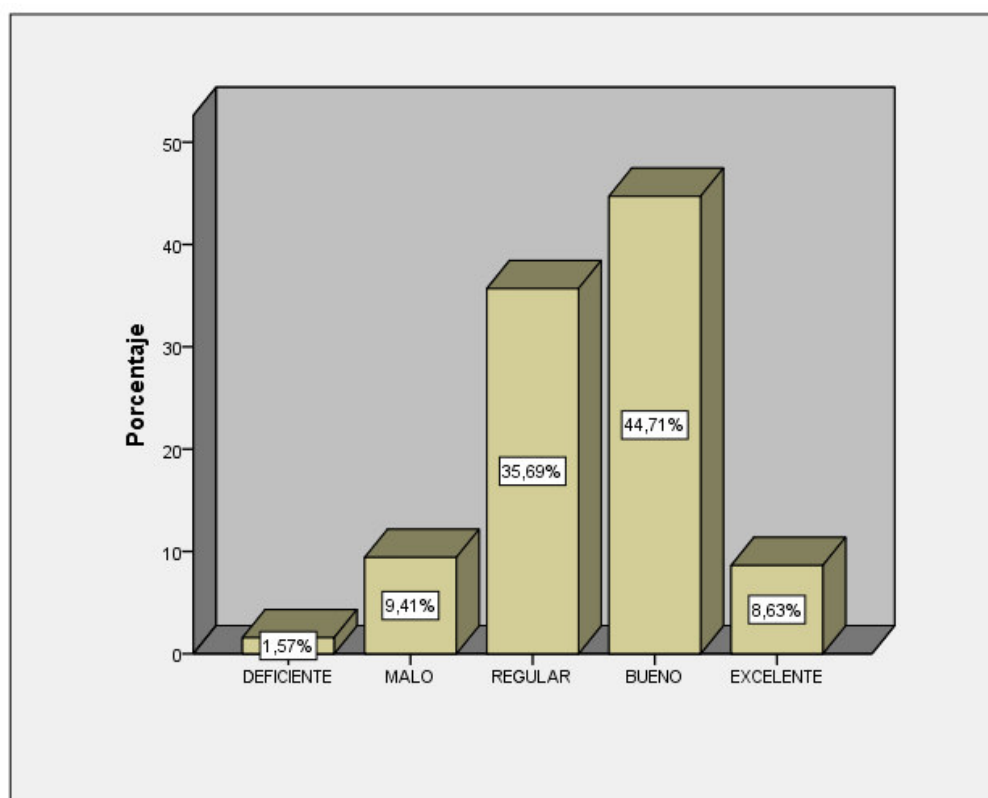


Figura 24. Panadería.

Tabla 22. Restaurante.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	DEFICIENTE	16	6.3	6.3	6.3
	MALO	37	14.5	14.5	20.8
	REGULAR	108	42.4	42.4	63.1
	BUENO	72	28.2	28.2	91.4
	EXCELENTE	22	8.6	8.6	100.0
	Total	255	100.0	100.0	

Nota: Elaboración propia.

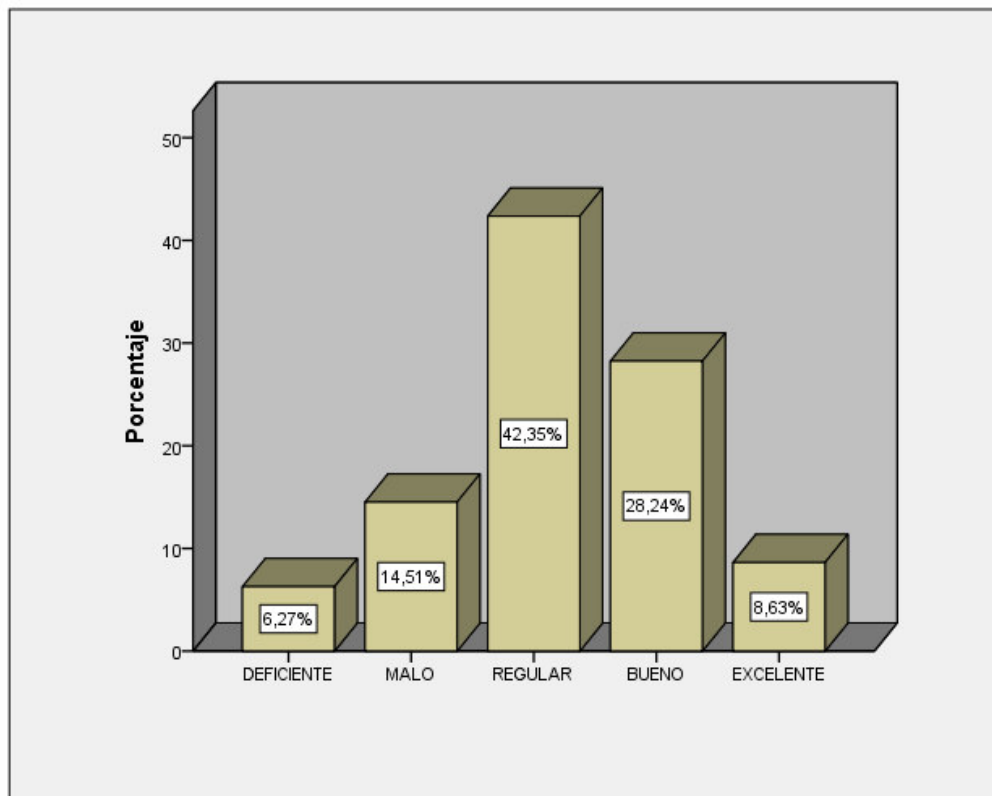


Figura 25. Restaurante.